Profeco

Revista del
CONSUMIDOR

Procuraduría Federal del Consumidor • México • Número 323 • Enero 2004 • www.profeco.gob.mx • $ 18.00 • ISSN 0185-8874

Los mejores **ANTICONGELANTES** para su automóvil

GAS NATURAL y **GAS LP** en México

Cómo elegir **MUDANZAS**

Qué es la **DENOMINACIÓN** de **ORIGEN**

El **SIDA** en México

Antes de contratar **AGENCIAS INMOBILIARIAS**

Platillo Sabio Profeco:
POLLO CON TEJOCOTES Y PAPAS

CONDONES

calidad, hábitos de uso, campañas publicitarias

Tecnología Doméstica Profeco: **ungüento para el resfriado**

Sumario

4
Buzón del lector

6
Miscelánea
del consumo

12
Productos
revolucionarios:
Tetra Pak™

50
Salud
Sida

56
Entrega especial
Denominación
de origen

60
Entrega especial
Gas natural y gas LP

64
Nutrición
Amaranto

74
Pequeños consumidores
12 propósitos

76
Yo, consumidor

78
Crónicas del consumo

80
Avances

Enero 2004, Núm. 323

18
Mudanzas
Radiografía de los servicios

14
Antes de contratar

Agencias inmobiliarias

26
Anticongelantes
El Laboratorio Profeco reporta

32
Condones
El Laboratorio Profeco reporta

66
Pollo con tejocotes
Platillo Sabio Profeco

70
Ungüento para el resfriado
Tecnología Doméstica Profeco

Directorio

Procuradora Federal del Consumidor
María Eugenia Bracho González

Coordinador General de Investigación y Divulgación
Luis Mariano Acévez Estrada

Directora General de Publicaciones
Mónica Braun Guillén

Revista del Consumidor

Director Editorial
Mateo Miguel García

Directora de Arte y Diseño
Norma Patiño Domínguez

Jefa de Redacción
Jacqueline Ruiz Gómez

Jefa de Información
Alejandra Sánchez Plascencia

Reporteros
José Armando Aguilar Pérez,
Leonardo Huerta Mendoza

Jefe de Diseño Gráfico
Víctor M. Gutiérrez García

Diseño
Mónica Miranda Villalba, Alfonso J. Solís Loza, Roberto Paz Amaya, Javier Caballero Sandoval, Diana Patricia González Juárez

Corrección
Luis Amador Valdez Vázquez

Consejo Editorial
María Eugenia Bracho González
Luis Mariano Acévez Estrada
María del Socorro España Lomelí
Efrén García García
Raúl García Moreno Elizondo
Gabriela Hernández Cardoso
Carlos Miguel Jaime Vázquez
José Meljem Moctezuma
Octavio Rangel Frausto

Teléfono
5568-8722

Publicidad institucional y fax
5553-0574

Envíenos sus comentarios y sugerencias a José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C.P. 06140, Delegación Cuauhtémoc; al apartado postal 20600, México, D.F.; o vía Internet: rconsumidor@profeco.gob.mx

Foto de portada
Juan José Morín

Año nuevo vida mejor

Qué le parece si para variarle un poco a la tradición, en este año que comienza no se hace ningún propósito: nada de bajar de peso, hacer ejercicio, ahorrar, invertir, conseguir un mejor empleo…

¿Por qué le decimos esto? Bueno, porque generalmente esos propósitos de Año Nuevo no llegan vivos ni a la fiesta de la Candelaria. Los cumplimos unos días y nos olvidamos de ellos hasta el año siguiente, cuando los sacamos del baúl de los recuerdos y los reciclamos.

Por ello le proponemos que mejor se fije metas realistas, dos o tres (si son pocas le será fácil recordarlas y acercarse más a ellas cada día), y que desarrolle una estrategia para alcanzarlas. Si decide no descuidar su salud y bajar de peso, asuma que le llevará tiempo, siga una dieta equilibrada y adopte un plan de ejercicios que esté seguro que va a cumplir; o si quiere comenzar a ahorrar, revise con calma sus finanzas y decida de qué puede prescindir y cómo repercutirá ello en la mejora de su economía.

Le aseguramos que si se compromete con sus objetivos, con sus afectos, si es constante y planea sus gastos y sus compras, éste será el principio de una vida mejor para usted y los suyos.

De parte de todo el personal de Profeco, reciba nuestros mejores deseos para este año que comienza.

CRÓNICAS DE UN CONSUMIDOR COMPULSIVO
POR: TRINO
¡AHÍ VIENE EL SANGRÓN DE QUIQUE GASTÓN... NO SE ME OLVIDA QUE NO ME COMPRÓ NADA EN NAVIDAD!
¡LO VOY A TRATAR CON EL LÁTIGO DE MI DESPRECIO!
¡DON TRÁCALA... FELIZ AÑO!
D-DON TRACALA... S-SOY YO... QUIQUE... ¿TODAVÍA SIGUE MOLESTO PORQUE NO CONSUMÍ NADA?
¡QUIQUE... POR GENTE COMO TÚ LA ECONOMÍA MUNDIAL ESTÁ POR LOS SUELOS!
¿POR MI CULPA?
¡MA! ¡ORA YO VOY A SER EL CULPABLE DE LAS CRISIS ECONÓMICAS MUNDIALES!
¡NO SEA RENCOROSO!
¿A QUÉ VENISTE A MI TIENDA? ¿VAR A COMPRAR ALGO? SI ES ASÍ, ADELANTE
BUENO... ME DA PENITA
ES QUE VENGO A COMPRAR... USTED SABE... ALGO MUY COMPROMETEDOR...
¡AY, CHIQUITO, YA SE A QUÉ VIENES... CHIMENGÜENCHÓN!
¡AQUÍ TENGO TODA LA COLECCIÓN EN VHS DE LAS PELÍCULAS DE MAURICIO GARCÉS!
¡NO, NO... ESO NO BUSCO!
BUSCO PROTECCIÓN ¿SABE?
¿PA'L FRÍO? TENGO ESTOS SUÉTERS DE CHICONCUAC, BARATÍSIMOS
NO DON TRÁCALA... BUSCO ALGO PARA EL MOMENTO DEL CONTACTO... EL MOMENTO DE ESTAR CERCA... O SEA
¿PASTA DENTAL? ¿TIC-TACS?
¡AH! ¡CONDONES!
¡SHHH!
¡O SEA PRESERVATIVOS ANTICONCEPTIVOS DE BARRERA! ¿GUANTES DEL AMOR?
MIRA: TENGO DE LATEX, CON NONOXIDOL, RUGOSOS, LISOS, DE SABOR... DE CHIVA
¿DE CHIVA? ¿ESO ES MUY MEDIEVAL, NO?
¡NO... SON DE RAYAS ROJAS Y BLANCAS, COMO DE LAS CHIVAS DEL GUADALAJARA!
¡AH), ÓRALE!
¡VIEJA: PONTE TU CAMISA DE LAS ÁGUILAS DEL AMÉRIQUE! ¡Y TU TANGA!
¿AY, PORQUÉ ME VAS A HACER?
TRINO

Su opinión es importante

Envíenos sus comentarios acerca de la revista a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México D. F., o por Internet a rconsumidor@profeco.gob.mx.

Esperamos sus cartas

Más sobre universidades "patito"

Me gustaría que por favor me enviaran la información del estudio sobre universidades "patito", publicado en su edición de julio del año pasado.

Mari Tere Carniado

Usted puede consultar el artículo que solicita en cualquier delegación **Profeco** del país, en el Centro de Documentación de **Profeco** (Cedic), ubicado en José Vasconcelos 208, P. B., en la colonia Condesa de la Ciudad de México, o en nuestra página electrónica: www.profeco.gob.mx
Ahora bien, en la página de Internet de la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior (FIMPES), www.fimpes.org.mx, usted encontrará la información completa de las universidades acreditadas por esta institución, su domicilio y dirección electrónica, para que les solicite información acerca de los diferentes precios y planes de estudio que ofrecen, y usted cuente así con distintas opciones para elegir la carrera que más se adecue a su presupuesto y necesidades.

Quiere un paquete de libros

Les escribo para saludarlos, pero también para reclamarles. Como siempre, los habitantes del Distrito Federal tienen más privilegios y facilidades que los mexicanos que vivimos en el interior de la República. Me refiero a los paquetes de libros del consumo editados por ustedes, que sólo están disponibles en la Ciudad de México. Me interesa tener esta colección, pero vivo en Cocula, Jalisco. ¿Cómo los puedo obtener?

Alberto Naranjo Nuño

Agradecemos su interés en nuestra colección de libros sobre consumo, sin embargo, lamentamos informarle que no podemos enviárselos directamente a su ciudad, pues el importe por el servicio de paquetería resultaría muy costoso debido al peso de los libros.

De cualquier forma, nos pondremos en contacto con usted a través de la delegación **Profeco** de Guadalajara, Jalisco, para tratar de dar respuesta a su petición.

Fan del "Vochito"

Leí el artículo que escribieron sobre el VW Sedán Última Edición y parte de su historia. Quiero felicitarlos por él, pues su investigación fue mucho mejor que la de otras revistas o periódicos (mis amigos me enviaron cosas de todas partes del mundo: Brasil, España, Alemania). Como buen fanático del "Vocho", quise obtener un ejemplar de la edición en la que lo publicaron, pero ya no lo pude conseguir en ningún lado. ¿Hay alguna forma de obtener ejemplares atrasados?
Aprovechando este medio, me gustaría hacerles una pequeña observación. En el artículo comentan que la ciudad de Wolfsburg ahora se llama Dusseldorf, pero no es así. Wolfsburg aún existe, es ahí donde se encuentra la matriz de VW y la planta más grande del grupo. En Dusseldorf también tienen un planta, la más moderna de todas. Espero su respuesta, y reciban nuevamente mis felicitaciones y un cordial saludo.

Juan Carlos Rivera V.
Puebla, Pue.

Agradecemos mucho sus felicitaciones y la aclaración que nos hace sobre la ciudad de Wolfsburg. La información publicada se obtuvo de la página en Internet de Volskwagen de México y de otras fuentes, por lo que le pedimos una disculpa a usted y a nuestros lectores por el error que usted nos señala.
Por otro lado, le informamos que puede fotocopiar el ejemplar que le interesa en cualquiera de las delegaciones de **Profeco** en el interior de la República, comprarlo en el Centro de Documentación de **Profeco** (Cedic), ubicado en José Vasconcelos 208, P. B., en la colonia Condesa de la Ciudad de México, o consultarlo en nuestra página de Internet: www.profeco.gob.mx

Maga del consumo cocinera

Tengo 12 años y vivo en Ramos Arizpe, Coahuila. Me gustaría que me enviaran una receta para hacer churros y mi credencial de maga del consumo, pues a mis amiguitos ya les llegó.

Salma Monserrat Cardona Álvarez

Tanto tu credencial como la receta que nos solicitas ya van en camino. Gracias por escribirnos.

ALERTA AL CONSUMIDOR

Cuidado con las empresas que ofrecen autos por poco dinero a cambio de portar publicidad: no los entregan y no le regresan su dinero

Profeco ha estado atendiendo las quejas presentadas en contra de Publi XIII y otras empresas que operan de manera similar, ofreciendo un automóvil a cambio de un pago moderado y de portar publicidad en la carrocería. Ha colocado sellos de advertencia en sus oficinas y alerta sobre el riesgo de contratar con estas empresas, ya que las reclamaciones han sido por la falta de entrega de los vehículos y por no devolver la cantidad aportada por el consumidor.

Infórmese antes de contratar llamando al **Teléfono del Consumidor, 01-800-468-8722** (larga distancia sin costo desde cualquier lugar de la República), en las delegaciones de **Profeco**, o en **www.profeco.gob.mx**

Adictos al celular

Una nueva patología llegó al diván de los psicólogos: la adicción al teléfono celular. De acuerdo con un artículo publicado en el diario español *El País*, los enfermos con esta adicción pueden llegar a tener hasta nueve teléfonos con los que, incluso menospreciando sus horas de sueño, se comunican decenas y hasta centenas de veces al día, en lo que los especialistas denominan como un tipo de trastorno obsesivo-compulsivo que afecta sobre todo a mujeres solitarias e inadaptadas de 16 a 25 años de edad.

Estos obsesionados por la telefonía, según palabras de Blas Bombin, psiquiatra especializado en adicciones sociales, "se convierten en mentirosos, distantes, agresivos y llegan a robar para comprarse teléfonos nuevos". El artículo también menciona que los afectados llegan a pagar cuentas mensuales superiores a los 10 mil pesos.

Foto Archivo

El McJob

En su novela *La generación X*, el canadiense Douglas Coupland describió al *McJob* ("McEmpleo"), como un "trabajo poco digno, con pocas o ninguna prestación laboral, mal pagado y sin perspectivas de ascenso dentro de la empresa". En su nueva edición actualizada, que apareció en junio de 2003, el *Merriam-Webster's Collegiate Dictionary* incluye, entre diez mil nuevas entradas, el término *McJob*, al cual define como un empleo "mal pagado y sin perspectivas de ascenso", una definición similar a la de Coupland.

En una carta abierta a los editores del diccionario, el presidente de McDonald's, James Cantalupo, considera que la definición es "la descripción inadecuada de un empleo en un restaurante y un golpe en el rostro de 12 millones de hombres y mujeres que laboran en la industria restaurantera". Además, añade Walt Riker, portavoz de la cadena de comida rápida, el término es muy similar a la marca registrada Mc'JOBS, que alude al programa de esta compañía para la formación laboral de personas con discapacidad física o mental.

A pesar de la inconformidad de los directivos de McDonald's, el término ya forma parte del habla estadunidense, prueba de eso es que su definición también aparece en la cuarta edición del *American Heritage Dictionary of the English Language* (2000).

Foto Juan José Morín

¿Bisteces clonados?

Si está preocupado por la seguridad en el consumo de la carne de animales clonados, hay noticias para usted. Según un documento de la Food and Drug Administration (FDA), la oficina gubernamental que autoriza la comercialización de alimentos y medicinas en Estados Unidos, la carne y productos lácteos del ganado porcino, vacuno y caprino clonados son seguros para el consumo humano. La FDA considera que "los productos comestibles de animales clonados normales y saludables, o su descendencia, no poseen, al parecer, mayor riesgo para su consumo como alimento".

Sin embargo, autoridades de la FDA aclararon que esto no significa que se piense autorizar su comercialización. Stephen Sundolf, veterinario responsable de la FDA, informó que la decisión final sobre la venta al público de estos productos se tomará este año, aunque enfatizó que se necesitan más investigaciones en las técnicas de clonación animal.

Secretaría de Educación Pública (SEP)
Subsecretaría de Educación Básica y Normal (SEBy N)
Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE)

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA | SEP

TeleVisión educativa

La **DGTVE** transmite televisión educativa a través de la Red Edusat y en línea por internet

11 Telesecundaria (Sistema escolarizado certificado por la SEP)

12 Educación media superior a distancia (Bachillerato reconocido por la SEP)

13 Educación superior, media superior y formación continua

14 Actualización docente y capacitación para el trabajo

15 Educación básica, educación normal y educación para la sociedad

16 Espacio edusat

17 Educación superior y educación continua

18 Actualización profesional y capacitación laboral para el servicio público

23 Centro Nacional de las Artes

canal 22 Canal Educativo de las Américas

117 Edusat radio Espacio radiofónico para las culturas indígenas

La Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE) y el Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa (CETE) ofrecen:

- Producción audiovisual
- Apoyo pedagógico
- Difusión y documentación del audiovisual
- Actualización y diplomados en Educación y medios audiovisuales

La Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE), dependiente de la Subsecretaría de Educación Básica y Normal de la SEP, es responsable de la producción, programación y transmisión de contenidos educativos a través de medios electrónicos y digitales como son la Red Edusat e Internet.

Asimismo, la DGTVE se encarga de:

- Sistematizar y conservar la memoria audiovisual educativa a su cargo.
- Dar mantenimiento y operación técnica a la Red Edusat.
- Formar y capacitar especialistas en materia del audiovisual educativo, a través del Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa (CETE), en donde se imparten cursos, talleres y diplomados dirigidos a profesionales de la comunicación interesados en la producción, difusión y documentación del audiovisual con fines educativos, a través de modalidades presenciales, a distancia y mixta.

cete

http://dgtve.sep.gob.mx

Ilustración Roberto Paz

Niños y juguetes

En un estudio auspiciado por el Instituto Nacional del Consumo, de España, se analizaron las cartas de los niños a los Reyes Magos. Los resultados mostraron que las niñas en general piden muñecas y los accesorios que las acompañan, juegos que les recuerdan sus ambientes cotidianos, en tanto que los niños piden juguetes de acción y de superhéroes, semejantes a los de las historietas y dibujos animados que ven en televisión. De acuerdo con estos resultados, se pudo establecer que las niñas se hallan más integradas al mundo que las rodea, no así los niños, que viven más en mundos ficticios...

¿Se podrían aplicar estas mismas conclusiones a los niños mexicanos? ¿Qué cree usted?

Sólo para lunáticos

Para los que quieren realizar su sueño de viajar a la Luna, aunque sea después de la muerte, una funeraria regiomontana, en asociación con una empresa estadunidense, ofrece el servicio de envío de restos humanos a la órbita lunar por la desorbitada cantidad de 12,500 dólares por cada gramo de ceniza. Ahora bien, si el cliente se conforma con pasar la eternidad en la órbita terrestre, la suma baja a 995 dólares. ¿Usted cree que cumplan?

"De pelos"

La vanidad es un buen negocio porque rizos, colores, sedosidad, luces y cortes venden bien: un cliente puede consumir de $ 350 a $ 4,500 en productos para el cabello, y hay estéticas que hacen hasta 3,000 cortes al mes. Tan sólo en el Distrito Federal hay cuando menos 10,700 estéticas, y en el resto del país unas 30 mil, señala Manuel Yoldi, presidente de la Confederación de Cultores de Belleza.

Ley contra el "correo basura"

Una nueva ley recientemente aplicada en la Unión Europea busca poner un freno al correo electrónico comercial no deseado, también conocido como *spam*. De acuerdo con una nota del 1 de noviembre pasado, aparecida en la página en Internet de la BBC, www.bbc.co.uk/spanish, las nuevas reglas establecidas por la ley obligan a las compañías a contar con el consentimiento del cibercon-sumidor antes de enviarle mensajes electrónicos.

Foto Archivo
Fotoarte Roberto Paz

En sus manos está el poder de elegir y comprar mejor

Ley Federal de Protección al Consumidor

Más y mejor protección para todos

Con la reforma integral a la Ley Federal de Protección al Consumidor, usted tiene más poder.

Próximamente usted encontrará ejemplares gratuitos de la Ley en todas las delegaciones de Profeco. Esté pendiente.

Usted tiene el poder,
¡Profeco lo respalda!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Foto Archivo

Para importar automóviles

Como le informamos en la *Revista del Consumidor* de noviembre pasado, a partir de este año los consumidores mexicanos interesados en adquirir automóviles nuevos fabricados en Estados Unidos y Canadá sin necesidad de pagar el impuesto general de importación, podrán hacerlo siempre y cuando cumplan con todos los requisitos necesarios ante las autoridades aduaneras. Al respecto, en el *Diario Oficial de la Federación* del 1 de diciembre de 2003 se publicaron algunas precisiones que los consumidores deben tener en cuenta: sólo se permite la importación de un vehículo por año y, al tramitar el pedimento de importación, se debe presentar copia de la credencial de elector, del pasaporte vigente o de la forma migratoria expedida por la Secretaría de Gobernación, así como copia de un comprobante de domicilio con una antigüedad no mayor a tres meses.

Foto Archivo

Sexygalerías

Galerías Lafayette, una de las más famosas y tradicionales tiendas departamentales en Francia, anunció a principios de noviembre de 2003 la inauguración del más grande departamento de ropa interior del mundo, según declaraciones de los ejecutivos de la tienda.

Para celebrarlo, se ofreció a la clientela femenina un "curso de seducción" impartido por profesionales en la materia. El sábado 7 de noviembre, un grupo de profesionales del *striptease* mostraron a las clientas los "secretos" para aprovechar mejor las prendas que adquirieron. Entre los consejos se incluyó el viejo pero efectivo truco de utilizar siempre tacones altos y desechar cuanto antes las medias que llegan sólo hasta la rodilla.

¿Sandías cuadradas?

Granjeros japoneses de la localidad de Zentsuji, Kagawa, cultivaron sandías en recipientes de vidrio templado y forma cuadrada de 19 cm, señala *The Japan Time*. La cosecha de 700 sandías cúbicas se embarcará a diversos mercados nacionales e internacionales, como Hong Kong y Canadá, en donde se venderán a unos 10,000 yenes, esto es, unos 900 pesos. Muy caras ¿no le parece? Sobre todo porque no son para consumo humano, sólo para exhibición.

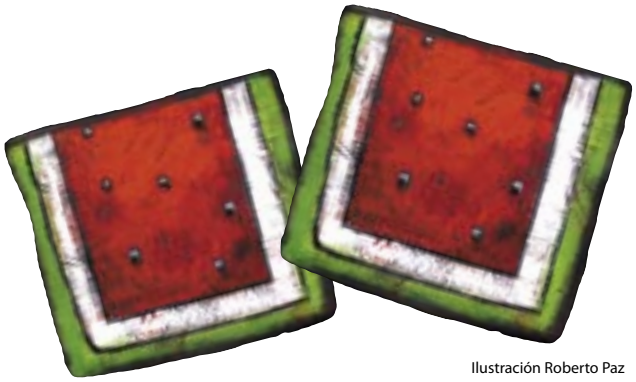


Ilustración Roberto Paz

El sello TIF

Buenas noticias para toda persona preocupada por llevar a su hogar alimentos saludables: ya es posible encontrar a la venta embutidos y algunos alimentos preparados (por ejemplo, taquitos de carne) que ostentan el sello TIF, que es la certificación Tipo Inspección Federal que otorga la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa).

El sello TIF garantiza que los productos cárnicos y sus derivados han sido elaborados en establecimientos que cumplen con estrictas normas higiénicas mediante sistemas que minimizan los riesgos de contaminación, lo cual permite que los alimentos estén libres de agentes contaminantes de origen microbiológico, químico y físico.

Ojos que no ven...
consumidor que no ahorra

TV Revista del Consumidor

El programa que nos enseña a consumir de manera inteligente

Búsquenos en los siguientes horarios:*

- Canal 2: sábado, 5:30 am
- Canal 4: viernes, 5:30 am
- Canal 5: miércoles, 6:00 am
- Canal 9: martes, 12:00 de la noche
- Canal 13: lunes, 5:00 am
- Canal 40: viernes, 3:30 pm
- Edusat 14: lunes, miércoles y viernes, 9:00 am
- Edusat 17: lunes, miércoles y viernes, 2:30 pm

*Los horarios pueden variar sin previo aviso.

Para estar siempre bien informado...
¡sintonice nuestro progama!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Tetra Pak™

Por Leonardo Huerta Mendoza

El 18 de mayo de 1952, tras casi diez años de trabajo, el ingeniero sueco Ruben Rausing presentó un novedoso envase para leche en forma de tetraedro (de ahí el nombre de Tetra Pak), que poco después se extendió por el resto del mundo y resultó ser todo un acontecimiento, ya que utilizaba menos material que cualquier otro empaque y su interior estaba cubierto de plástico, en lugar de cera, material que se empleaba en la mayoría de los envases de cartón de esos años.

La forma de llenar este envase fue también un avance, pues se hacía impidiendo la entrada de aire, aunque el producto se conservaba muy poco tiempo en buenas condiciones.

La primera planta para producir material para empaques que empezó a operar fuera de Suecia se estableció en México en

1960, año en que salió a la venta el primer producto mexicano envasado en Tetra Pak: el Pascual Boing.

En 1961 se creó el primer envase de cartón aséptico, con una gruesa capa de aluminio que forraba el interior del envase y servía como barrera; además, al producto envasado se le sometía al entonces recién desarrollado proceso de esterilización a alta temperatura y corta duración, que permite que los líquidos perecederos duren meses en buen estado sin necesidad de refrigeración o de conservadores, siempre y cuando no se abra el empaque.

En la actualidad se producen entre 60 y 70 mil millones de empaques Tetra Pak en el mundo.

Fuente http://www.tetrapak.com/

Foto Juan José Morín

Agencias inmobiliarias

Rentar, comprar o vender un departamento o casa, puede convertirse en una verdadera odisea si no se tienen en cuenta las características y los aspectos que es indispensable considerar antes de decidirse. Algunas agencias inmobiliarias podrían hacerle la tarea más sencilla.

Fotos Archivo

Por Leonardo Huerta Mendoza

Elegir el lugar para vivir, ya sea que paguemos una renta o compremos una casa o departamento, es una decisión muy importante pues, además de que viviremos ahí, invertiremos una parte considerable de nuestro patrimonio.

No obstante, muchas veces elegimos de manera apresurada y acabamos por rentar o comprar lo primero que encontramos, sin considerar las características que debe tener la casa o departamento adecuado a nuestras necesidades.

Quizá la principal razón de elegir mal es nuestra inexperiencia en buscar un lugar dónde vivir. La razón es muy simple: uno no se cambia de casa o departamento a cada rato. Algunos aspectos que deben considerarse al rentar o comprar un departamento son muy obvios, como el tamaño, distribución, iluminación, seguridad, ubicación; pero hay otros que no lo son tanto, como el entorno, orientación y asoleamiento, centros comerciales cercanos, facilidad para salir y llegar a la zona, ruido, tiempo de transporte al trabajo y a la escuela, etcétera.

Sin embargo, generalmente no contamos con el tiempo ni con la experiencia para obtener esta información, por lo que es importante la ayuda de expertos. En estos casos, las agencias inmobiliarias pueden ser útiles. Al contratar sus servicios, una agencia buscará por usted de acuerdo con sus indicaciones y no le cobrarán ni un centavo (aunque es posible que en el precio que usted paga ya esté considerada esta comisión), pues ellos tienen una bolsa de inmuebles en renta o venta.

Si renta por su cuenta…

Foto Archivo

- Recuerde que en las principales ciudades del país los precios de los alquileres están determinados por su ubicación. En ocasiones no importa el estado del inmueble, el monto de la renta o precio de la propiedad se debe a su ubicación (cerca de alguna universidad o escuela, de una zona comercial, o en una zona muy exclusiva).
- Considere los requisitos que seguramente el dueño le pedirá que cumpla: identificación oficial, el monto adelantado de dos o tres meses de renta, una fianza o fiador con bienes raíces e, incluso, una cantidad de dinero (no reembolsable) como depósito por deterioro de la vivienda.
- Además de pensar en el tamaño, distribución, iluminación, seguridad y ubicación del inmueble, tenga en cuenta el entorno: centros comerciales cercanos, facilidad para salir y llegar a la zona, ruido, y tiempo de transporte al trabajo o a la escuela.

Encuentre una agencia confiable

Para Salvador Sacal Cababie, vicepresidente de la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI), las ventajas de utilizar los servicios de una agencia son "que somos empresas establecidas, que pagamos impuestos, que nos capacitamos, que nos dedicamos a esta actividad de tiempo completo. Sabemos lo bueno y lo malo de este negocio. La gente cree que elevamos los precios, pero no es así. Los precios son los del mercado. Con inmobiliaria o sin ella, el precio es el mismo. Además, la comisión se la cobramos al propietario, jamás al inquilino o comprador", argumenta.

Para la persona que pretende rentar una casa o departamento, las inmobiliarias son una buena opción porque ofrecen una garantía de seriedad y tranquilidad. Si usted no quiere tener dolores de cabeza con un inquilino, asegúrese de que la inmobiliaria hace una investigación en la que verifican que éste no ha tenido juicios de arrendamiento o civiles, y le piden que llene una solicitud, se identifique plenamente y acredite su solvencia con recibos de nómina, declaraciones anuales o gastos comprobables. También consultan el buró de crédito y le exigen una fianza o un fiador.

Una vez que ya haya elegido al inquilino, la agencia también puede encargarse de administrar su inmueble, es decir, cobrar las rentas, llevar a cabo todos los trámites legales necesarios (predial, luz, agua, etcétera) y las labores de mantenimiento.

Profeco y el arrendamiento

Es importante que, tanto el inquilino como el arrendador, estén conscientes de que Profeco no tiene facultades para intervenir en lo relacionado con los contratos de arrendamiento. Cualquier problema derivado de la renta de inmuebles debe solucionarse en otras instancias, como los juzgados de arrendamiento o la Procuraduría Social en el Distrito Federal (5109-6667, 68, 51 y 56; prosoc@df.gob.mx).

Sin embargo, Profeco sí puede intervenir en casos de compraventa con fraccionadores y constructoras, nunca entre particulares. El artículo 73 de la Ley Federal de Protección al Consumidor establece que "los actos relacionados con inmuebles sólo estarán sujetos a esta ley cuando los proveedores sean fraccionadores o constructores de viviendas destinadas a casas habitación para venta al público o cuando otorguen al consumidor el derecho a usar inmuebles mediante el sistema de tiempo compartido".

También puede intervenir en la relación de los usuarios de las agencias inmobiliarias: si alguien contrata a una empresa de este tipo para que venda su inmueble mediante un contrato de prestación de servicios, y el cliente considera que la agencia no cumplió con lo establecido en el contrato, puede acudir a Profeco.

Al contratar los servicios de una agencia inmobiliaria para poner en venta un inmueble, ésta se hará cargo de vender su propiedad mediante llamadas telefónicas, visitas y entrevistas con los interesados, mostrará la propiedad sólo a los posibles compradores calificados, tramitará la documentación fiscal y legal necesaria, y buscará financiamiento si fuese necesario.

Pero no todas las agencias inmobiliarias son confiables, por lo que es importante verificar que la que pretenda contratar tenga domicilio fiscal, Registro Federal de Contribuyentes a la vista y que emita facturas por los servicios contratados: "Si sólo puede encontrar a su agente inmobiliario en un teléfono celular, es una mala señal; seguramente no es una persona o agencia del todo confiable", añade Sacal Cababie.

Proteja su inversión

Por su parte, la compra de una casa o departamento implica una inversión considerable, que exige mucha atención al realizar los trámites necesarios con el fin de que la operación de compraventa sea legal y usted se convierta en el legítimo propietario, en caso de que sea el comprador.

Para evitar ser estafado, antes de realizar una operación de compraventa debe consultar el Registro Público de la Propiedad y del Comercio, la Tesorería, el Registro Civil y un notario público de la ciudad donde pretende comprar el inmueble. En cada estado rigen reglamentos diferentes, por lo que algunos requisitos pueden variar.

Además, la compraventa de un bien inmueble puede efectuarse en un primer momento a través de un contrato privado entre particulares, el cual posteriormente debe llevarse a escritura pública para acreditar la propiedad, o entre un particular y una inmobiliaria (que ofrece el bien de un particular). Los documentos que el vendedor debe mostrar y proporcionar al comprador, cuya autenticidad y situación legal es necesario verificar en las oficinas mencionadas anteriormente, son:

Título de propiedad o escrituras. Usted puede corroborar ante el Registro Público de la Propiedad y del Comercio si la persona que vende es el propietario (su nombre debe aparecer en las escrituras); si la casa tiene hipotecas o embargos o se encuentra en algún juicio, y si la ubicación y los linderos son correctos. Evite contratar los servicios de los "coyotes", porque corre el riesgo de que el documento que le entreguen sea falso. Vaya directamente a la ventanilla.

Boletas de impuesto predial y pago de agua. Con una copia de ambas boletas, en la Tesorería puede averiguar si hay adeudos que no se han cubierto.

Acta de matrimonio. Es necesaria para determinar cuál de los cónyuges debe firmar la escritura. Es muy importante que en caso de que el propietario esté casado en sociedad conyugal, aun cuando la escritura esté a nombre de uno solo de los cónyuges, los dos firmen la venta. Si el vendedor es divorciado, debe mostrar la sentencia de divorcio en la que se estipule que el inmueble le pertenece.

Identificación. La credencial de elector, cartilla o CURP del propietario es suficiente. Recuerde que el nombre debe ser el mismo en todos los documentos: acta de matrimonio, título de propiedad y predial. Después de verificar los documentos anteriores, acuda ante un notario público para la elaboración y firma de las escrituras, entre otros trámites que debe hacer el mismo notario.

Recomendaciones básicas

- Antes de realizar cualquier operación de compraventa de un inmueble, asesórese con un notario o un agente inmobiliario.
- Si la compra se efectúa a través de una inmobiliaria establecida, verifique su comportamiento comercial llamando a Profeco al Teléfono del Consumidor, 01-800-468-8722.
- Recuerde que los contratos de compraventa entre particulares no son suficientes para acreditar al comprador como dueño del inmueble; se debe escriturar la transacción ante notario público y registrar al nuevo propietario en el Registro Público, de lo contrario, quien vendió el inmueble jurídicamente seguirá siendo el dueño.
- Durante la operación de compraventa se deben establecer tres aspectos ante notario: el precio, la fecha en que se hará la entrega del inmueble y las condiciones físicas de éste (definir qué se queda o qué se retirará: lámparas, alfombras, muebles de baño, cocinas integrales, etcétera).

Fuentes Entrevista con Salvador Sacal Cababie, vicepresidente de la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI) • Entrevista con Rodolfo Vallarta Barrientos, director de lo Consultivo de Profeco • Revista Venta y Renta, 12 de enero de 2002 • "¿Busca casa o departamento?", texto de la delegación Profeco San Luis Potosí, publicado en www.pulsoslp.com.mx

Foto Archivo / Fotoarte Roberto Paz

Elegir la mudanza más adecuada es una de las muchas tareas que debemos realizar cuando nos cambiamos de casa. Para que organice con cuidado y espíritu práctico el traslado de muebles y otros objetos, y para que tome la decisión más acertada, aquí le informamos cómo son estos servicios y cuánto cuestan.

De acuerdo con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, existen cuatro tipos de empresas dedicadas a las mudanzas: las microempresas (generalmente constituidas por personas físicas, también llamados hombres-camión o mudanceros, que son propietarios de 1 a 5 vehículos), las pequeñas empresas (que tienen entre 6 y 30 unidades), las medianas (propietarias de 31 a 100 vehículos) y las grandes (con más de 100 unidades). Las empresas que predominan en el mercado mexicano son micro y pequeñas.

Las empresas de mudanzas ofrecen servicios locales (traslado vía terrestre en la misma ciudad o localidad), foráneos (traslados de un estado a otro, por lo general vía terrestre) e internacionales (vía terrestre, marítima o aérea).

Los servicios de mudanzas que se ofrecen pueden ir de lo más sencillo a lo más complicado. En este artículo se consideran cuatro tipos de servicio, dependiendo de su complejidad: la mudanza completa, media, económica y súper económica.

Usted puede contratar el servicio de mudanza dependiendo de sus necesidades y posibilidades económicas, ya que, si así le conviene, podría solicitar únicamente la transportación y hacerse cargo de todo lo demás, por un precio menor. Como veremos a continuación, existen diferencias importantes de precios en estos servicios y entre proveedores.

anzas

Tipos de servicios de mudanza

	Trabajos a realizar	Descripción	Servicios de mudanza			
			Completa	Media	Económica	Súper económica
Domicilio de origen	Desmontaje	Se desarman muebles y se desconectan aparatos eléctricos o electrónicos	√			
	Empaquetado	Se envuelven cada una de las pertenencias con la seguridad necesaria para que no sufran ningún desperfecto	√	√		
	Carga	Traslado del domicilio al camión que transportará el mobiliario	√	√	√	
	Traslado	Se desplazan los bienes del domicilio de carga al de destino	√	√	√	√
Domicilio de destino	Carga	Se transfieren los bienes del camión al nuevo domicilio	√	√	√	
	Desempaquetado	Desenvoltura del mobiliario	√	√		
	Montaje	Colocar y acomodar con instrucciones previas los muebles en las distintas habitaciones	√			

Chicas o grandes, seguridad y contratos

Los precios del servicio de mudanza no se sujetan a ninguna tarifa oficial, sino que se establecen de acuerdo con la oferta y la demanda del mercado. Cada empresa define sus precios por negociación con base en factores como la cantidad de muebles, la distancia a recorrer, la dificultad de maniobra y, en menor medida, la época del año y la contratación de seguros. Es importante que tenga en cuenta todos estos factores de manera que no surjan imprevistos que aumenten considerablemente el costo.

Con el objetivo de que usted tenga una referencia de precios al contratar el servicio, **Profeco** llevó a cabo un sondeo entre algunas empresas de mudanzas: 82 en la Ciudad de México, 14 en Querétaro y 6 en Tepic. Cada empresa proporcionó sus precios para un caso hipotético descrito en la tabla que aparece en la siguiente página.

Como podrá observar, el costo del servicio se incrementa de acuerdo con el tipo de mudanza elegida: a mayor complejidad de trabajo, mayor costo. También encontramos una gran disparidad de precios, sobre todo en la Ciudad de México. Cabe destacar el caso de la mudanza súper económica, en donde se encontró que el precio máximo es 16 veces más grande que el mínimo. Esto indica que es muy importante que solicite varias cotizaciones, ya que hay una gran discrecionalidad en la fijación del precio por parte del proveedor.

Pero lo que más llama la atención es que no existe una relación clara entre costos y tamaño de empresa. Es decir, para un servicio similar, una microempresa y una empresa grande pueden cobrar exactamente lo mismo.

Otros aspectos importantes del servicio

En nuestro sondeo a empresas de mudanzas se observaron otros aspectos que vale la pena tener en consideración.

Los destinos que ofrecen las empresas pequeñas son generalmente locales y nacionales. Si usted opta por un servicio completo es poco probable que encuentre una empresa pequeña que lo realice, pues en nuestros resultados el 44% de estas empresas lo ofrece, mientras que las grandes lo ofrecen en el 100% de los casos.

Los datos sugieren que los mudanceros y pequeños negocios, por lo general, no poseen un equipo especializado para realizar el trabajo, ya que sólo el 26% de ellos contaron con plataformas y carritos, 19% con el equipo para voladuras, 10% con montacargas y 7% con elevadores. Para empaquetar, estas empresas utilizan básicamente colchonetas, cuerdas, cajas de cartón y cobijas, mientras que en las grandes utilizan adicionalmente cajas de madera (a la medida), hule espuma, plástico burbuja, etc. Asimismo, los pequeños negocios utilizan normalmente un teléfono celular para comunicarse con sus vehículos, mientras que las grandes suelen tener un sistema satelital, lo cual implica una mayor seguridad.

Además de contemplar precios y servicios, es muy importante que usted contrate una empresa que cumpla con los requisitos establecidos en la Norma Oficial Mexicana NOM-

Foto Juan José Morín

Precios (sin IVA) de algunos servicios de mudanza

Presupuestados para nuestro caso hipotético

	Ciudad de México			Querétaro			Tepic		
Servicio	Precio mínimo	Precio máximo	Precio más frecuente	Precio mínimo	Precio máximo	Precio más frecuente	Precio mínimo	Precio máximo	Precio más frecuente
Mudanza súper económica	400	6,700	400 a 1,500	500	1,600	500 a 1,600	600	1,470	600 a 1,470
Mudanza económica	560	6,700	800 a 2,500	700	2,400	700 a 2,400	1,300	1,600	1,300 a 1,600
Mudanza media	560	8,000	900 a 3,500	800	3,500	800 a 3,500	–	–	–
Mudanza completa	1,200	11,000	1,400 a 4,500	1,000	7,500	1,000 a 7,500	–	–	–

125-SCFI-1998 (vea el recuadro "Todo en regla"). En nuestro estudio, observamos que no todas las empresas cumplen con esta norma. El 28% no contaba con la placa ni con la tarjeta otorgada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Asimismo, únicamente el 7% tenía registrado su contrato ante **Profeco**, aún cuando lo exige la normatividad.

La elaboración de un presupuesto fijará el costo de la mudanza, por lo que debe hacerse por escrito. No obstante, sólo el 19% de las compañías estudiadas lo entregan de esta manera; lo más común es darlo verbalmente.

Además, sólo el 9% de las pequeñas y medianas empresas ofrecen un contrato por escrito, mientras que todas las grandes lo dan, lo cual nos indica que éstas últimas le brindan mayor seguridad al cliente, aunque de aquellas que entregan el contrato, sólo el 8% especifican el valor estimado de los bienes a transportar.

Con respecto a la factura que las empresas deberían de entregar a los clientes para posibles reclamaciones, se encontró que el 19% de las microempresas no la proporcionan, otro 41% respondió que la otorga si el cliente lo exige, sólo que deben pagar el IVA correspondiente. La mayoría de las pequeñas empresas y todas las grandes sí facilitan ese documento.

Otro aspecto importante es la contratación de seguros (comúnmente por daño, pérdida o robo). De las empresas entrevistadas sólo el 25% lo ofrecían. Por lo general, entre mayor sea la empresa, existen mayores probabilidades de que le brinden el seguro. Comúnmente se ofrece como parte del servicio, o

Foto Archivo

Nuestra mudanza hipotética

Para obtener los presupuestos que se presentan en este estudio, planteamos a los proveedores la realización de una mudanza local con una distancia a recorrer de 30 kilómetros.

Dijimos que el domicilio de carga contaba con calles amplias, la vivienda se localizaba en un tercer piso sin elevador, las ventanas se podían abrir (no tenían rejas o protecciones), el tamaño de la puerta era normal y la azotea no tenía ganchos en las esquinas.

El domicilio de descarga también se ubicaba en una calle amplia, y era una casa de una sola planta con ventanas protegidas.

Cantidad	Mobiliario	Cantidad	Mobiliario
1	Refrigerador de 10 pies cúbicos	1	Librero (2 x 1/2 m)
1	Estufa	5	Cajas con libros de 25 kg
3	Anaqueles de cocina	1	Computadora
2	Cajas con utensilios de cocina de 20 kg	1	Mueble para computadora
1	Comedor rectangular con 4 sillas	1	Escritorio
1	Horno de microondas	2	Camas individuales
1	Vitrina	1	Cama matrimonial
1	Caja con vajilla de 20 kg	2	Roperos
1	Lavadora	10	Cajas con ropa de 15 kg
2	Tanques de gas de 30 kg	3	Burós
1	Televisión de 21"	1	Tocador
1	Mesa para la TV	1	Espejo
1	Minicomponente	1	Caja con zapatos de 20 kg
1	Sala con tres sillones	2	Bicicletas
7	Lámparas (de techo y buró)	1	Caja con alhajas de 1 kg
15	Cuadros y pinturas (30 x 30 cm)	1	Caja con herramientas de 25 kg

Foto Archivo

Busque la compañía que va a contratar con un mínimo de dos meses de anticipación y compare precios antes de tomar una decisión. No olvide que existe una gran diferencia de precios.

Foto Juan José Morín

bien, la mudanza lo pone en contacto con alguna compañía de seguros. Usted debe estar consciente de que contar con el beneficio del seguro eleva el costo. En nuestra visita a distintas mudanzas sólo una empresa mantiene el mismo precio con o sin seguro.

Antes de contratar la mudanza

Llegado el momento de mudarse, tenga en cuenta las siguientes consideraciones para tomar la mejor decisión:

- Con un mínimo de dos meses de anticipación, comience a buscar la compañía que va a contratar, y compare precios antes de tomar una decisión. No olvide que en el mercado existe una gran diferencia de precios.
- Investigue sobre la reputación y experiencia de la compañía. Visite la empresa personalmente y solicite algún documento que la acredite como prestadora de servicio de mudanza. Prefiera una empresa autorizada o establecida formalmente y que cumpla con la normatividad.

Todo en regla

Cualquier empresa de mudanza debe estar registrada ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y cumplir con la Norma Oficial Mexicana NOM-125-SCFI-1998, la cual establece que previo a la contratación la empresa debe proporcionar la siguiente información por escrito:

- Tipo de vehículo que se utilizará para el servicio.
- Duración del servicio.
- Precio total del servicio, el cual será negociado libremente entre el prestador del servicio y el consumidor, incluyendo el desglose de costos adicionales como voladura de muebles, seguros e impuestos.
- Garantías en caso de daños al mobiliario y procedimiento para hacerla válida.
- La recomendación de que el consumidor declare el valor de la carga para efecto de futuras reclamaciones, indicándole las consecuencias en caso de no hacerlo.

A la contratación del servicio el consumidor debe poseer una copia del contrato, el cual debe estar registrado ante **Profeco** y contener, cuando menos, la siguiente información:

- Nombre o razón social, Registro Federal de Causantes y domicilio del prestador de servicio.
- Objeto del contrato, indicando si el servicio es local, foráneo o internacional.
- Condiciones de los bienes a transportar.
- Valor de la carga que declare el consumidor.
- Precio del servicio, incluyendo el costo por maniobras y seguros.
- Lugar, fecha y hora de carga y entrega.
- Datos de la póliza de seguro contratada para cubrir al consumidor los daños o extravío de bienes que se transportan.
- Garantías que ofrece el proveedor, así como una explicación del procedimiento para que el consumidor sea indemnizado.

¿Cómo contratamos mudanzas?

Para responder a esta pregunta, del 14 al 25 de julio de 2003 se hizo una encuesta en la Ciudad de México a personas que habían realizado una mudanza durante los últimos tres años.

¿Contrataron una mudanza?

Sí, contrataron el servicio con alguna empresa: **52%**
No, la familia y conocidos transportaron los bienes en vehículos particulares: **32%**
No, un amigo o conocido les facilitó el transporte: **12%**
No, se mudaron por cortesía de una compañía: **4%**

Los que sí contrataron el servicio, lo hicieron con:

Una microempresa: **92%** (por la cercanía, el precio y la recomendación, en orden de importancia)
Una empresa más grande: **8%** (por recomendación, el precio y el servicio ofrecido, en orden de importancia)

¿Qué tipo de servicio contrataron?

80% contrató el servicio económico (lo cual sugiere que la gente prefiere empaquetar ella misma sus pertenencias, probablemente porque el servicio completo cuesta más).

Papelito habla

10% recibió una visita previa del proveedor al domicilio de carga y descarga para hacer un presupuesto.
4% recibió un presupuesto por escrito.
14% señaló problemas de cobros adicionales al presupuestado.
6% recibió un contrato por escrito.
88% de estas personas leyeron el contrato.
56% de quienes lo leyeron no se fijó o no supo si este contrato estaba debidamente registrado ante **Profeco**.
62% de los entrevistados no sabía si la empresa contratada estaba registrada ante la SCT.
5% de las microempresas ofrecieron una garantía o seguro.
48% de las empresas más grandes ofrecieron una garantía o seguro.
54% de las personas aceptaron el seguro que les ofrecieron.

¿Tuvieron problemas?

90% de los entrevistados dijo no haber tenido ningún problema con el servicio.
Cuando sí hubo problemas, éstos fueron, principalmente: daños en el mobiliario **(52%)** y cambios en el presupuesto final **(22%)**.

¿Tienen problemas las empresas con los clientes?

23% han tenido problemas porque el cliente no reporta el número correcto de objetos a transportar, no paga lo convenido o no le dice con exactitud la ubicación de la casa.

23%

han tenido problemas porque el cliente no reporta el número correcto de objetos a transportar, no paga lo convenido o no le dice con exactitud la ubicación de la casa.

Foto archivo

Supervise antes y después de la mudanza que los objetos y muebles estén en buenas condiciones. Si algunos de ellos presentan daños, elabore un reporte por escrito y coméntelo de inmediato con la empresa para que esté dentro del plazo de reclamación contratado.

- Solicite una visita a su domicilio para que la empresa tenga una idea de los objetos que va a transportar y el procedimiento para hacerlo, con el fin de que le hagan un presupuesto más exacto.
- Estudie por lo menos tres presupuestos. Solicítelos por escrito y no por teléfono. De esta manera, ambas partes se comprometen a cumplir las cláusulas pactadas.
- No olvide preguntar si en el precio final ya se incluye el IVA.
- Si desea contratar los servicios de una empresa aseguradora, pregunte si la compañía ofrece este servicio y quién es el encargado de llevar a cabo el trámite.

Antes de llevar a cabo la mudanza

- Defina quién llevará a cabo el empaquetado y desempacado de los objetos. Si usted lo realiza, contemple el costo del material que va a necesitar (tijeras, cinta canela, cajas, marcadores, etc.); si prefiere que lo haga la empresa de mudanzas, tenga en cuenta que le cobrará más por ese servicio.
- Hacer un inventario detallado de todos los muebles y artículos que transportará a su nuevo hogar u oficina le ayudará en caso de que al final exista un faltante o daño a sus muebles.
- Para evitar el desorden, es preferible que empaque los objetos por habitación.
- Empaque por separado los artículos que considere que son de valor, las sustancias químicas, etc.

El día de la mudanza

- Es recomendable que participen, al menos, tres personas: una en la vivienda, otra en la zona de transporte y otra en la nueva casa donde llegarán los muebles, para cualquier duda que tengan los responsables de subir y bajar los objetos.
- Antes de la llegada de la mudanza al nuevo domicilio, es recomendable supervisar que estén libres los pasillos, escaleras, elevadores, etcétera.
- Supervise antes y después de la mudanza que los objetos y muebles estén en buenas condiciones. Si en algunos de ellos detecta daños, elabore un reporte por escrito y coméntelo inmediatamente con la empresa para que esté dentro del plazo de reclamación contratado.

Fuente: Investigación realizada por la Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales, Profeco

Anticongelantes para automóvil

El líquido anticongelante desempeña su función en el circuito que refrigera el motor de un automóvil y, a pesar de lo que su nombre sugiere, juega un papel muy importante tanto en verano como en invierno. Aquí le decimos cuáles son los mejores.

Fotos Juan José Morín

Hasta hace no muchos años el agua era el mejor medio disponible para enfriar el motor. Actualmente no es conveniente usarla porque podría provocar corrosión y puede contener sales que, dadas las temperaturas de trabajo del motor, se depositan en las paredes del sistema de refrigeración formando incrustaciones que pueden bloquear los conductos y obligar al motor a trabajar a temperaturas más altas de lo recomendable. Por otro lado, en zonas donde existen temperaturas muy bajas, el congelamiento del agua puede provocar daños severos a los depósitos que la contienen y al motor.

Al tratar de solucionar dichos inconvenientes se crearon los anticongelantes (también llamados refrigerantes, porque cumplen con la función de refrigerar el motor), los cuales contienen compuestos químicos que hacen que el producto alcance temperaturas de congelación muy por debajo de las del agua y puntos de ebullición por encima de las temperaturas de trabajo de los motores. Además, su composición les permite proteger contra la corrosión a los metales presentes en el sistema de refrigeración de los automotores.

Muchos anticongelantes se comercializan concentrados, sin embargo, también existen productos mezclados con agua que se ofrecen como "listos para usarse". Otros declaran ser de larga duración y son formulados con diversos compuestos inhibidores de la corrosión.

Los anticongelantes generalmente son de color verde o amarillo; otros más presentan tonalidades rojizas (por lo regular los que se ostentan como productos de larga duración). El color se utiliza principalmente para indicar que el contenido del depósito no es agua, identificar el tipo de anticongelante (para evitar mezclas) y, en caso de fugas, detectarlas.

Los productos concentrados indican en su etiqueta la cantidad exacta de agua con la que deben mezclarse. Algunos sugieren variantes de dilución que buscan producir diversos grados de congelación y ebullición.

Las pruebas realizadas

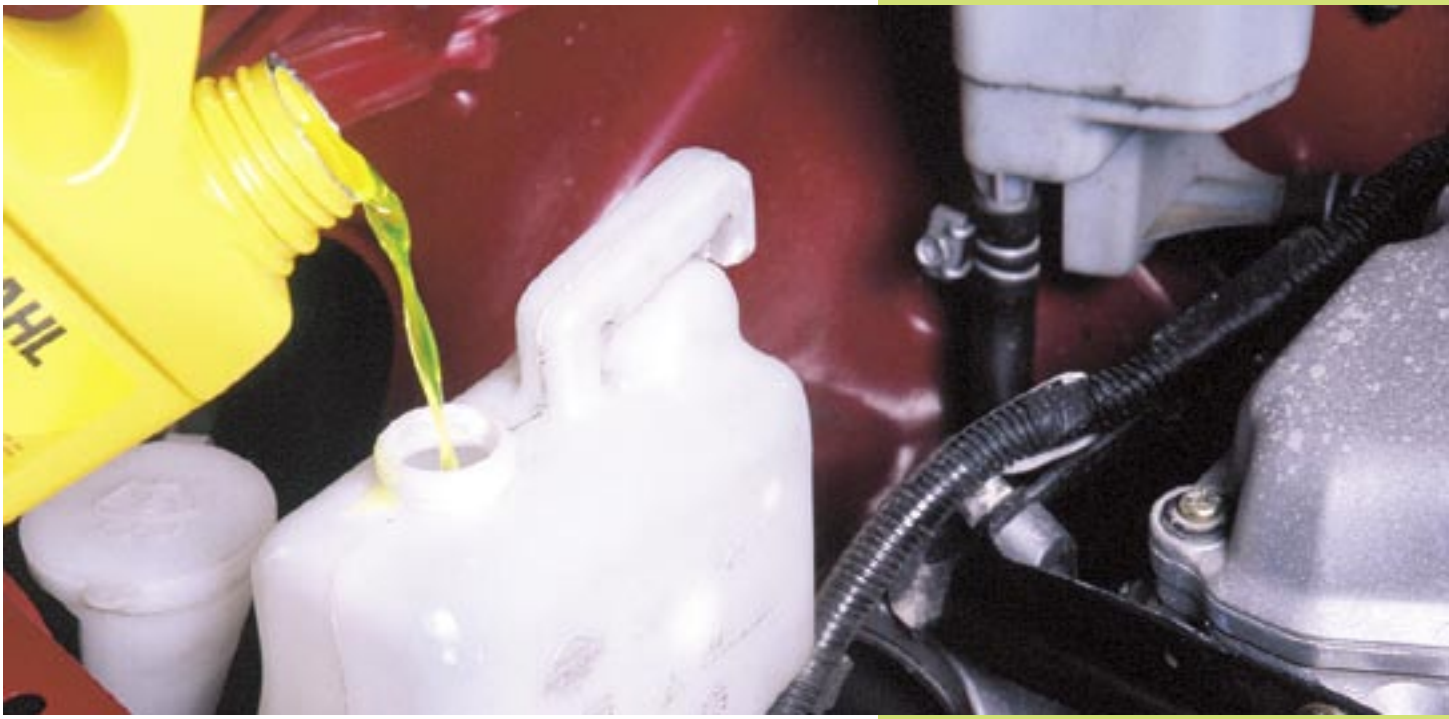
En este estudio se incluyeron 27 anticongelantes, 11 concentrados y 16 listos para usarse. Estos productos se comercializan en el Distrito Federal y en varias partes

Normatividad

NOM-050-SCFI-1994
Información general, disposiciones generales para productos.

NOM 002-SCFI-1993
Contenido neto. Tolerancia y métodos de verificación.

NMX-D-254-1987
Industria automotriz –Anticongelante/ Refrigerante– especificaciones.



Recomendaciones

- El anticongelante más adecuado para su automóvil depende en buena medida de las condiciones de temperatura de su región, sobre todo cuando éstas son extremas.
- Antes de elegir el producto que va a utilizar es importante que verifique las recomendaciones del fabricante de su auto.
- Al adquirir estos productos revise cuidadosamente la etiqueta.
- Recuerde que hay anticongelantes concentrados y los hay listos para usarse (ya diluidos con agua).
- Tenga en cuenta que estos productos tienen un ciclo de vida, por lo que es importante cambiarlos periódicamente. Lea las instrucciones en la etiqueta. Recuerde que hay productos cuya composición los hace más durables.
- Revise periódicamente su auto y verifique que el nivel de anticongelante sea el adecuado. Si va a rellenar, use el mismo producto que contiene su depósito refrigerante. Si no está seguro, es preferible cambiarlo.
- Adquiera estos productos en el mercado establecido, de lo contrario corre el riesgo de comprar aguas coloreadas que se vendan a menor precio como anticongelantes.
- Si usted usa el anticongelante concentrado es conveniente diluirlo con agua destilada en lugar de agua del grifo, pues ésta última puede contener sales y afectar negativamente su desempeño.
- Si se ingieren, los anticongelanes son peligrosos para la salud. No los deje al alcance de los niños.
- Tenga cuidado de no sobrellenar de anticongelante el recipiente de su auto.

Ficha técnica

Ficha técnica

Periodo de muestreo:

19 de agosto al 4 de noviembre del 2003

Periodo de análisis:

1 de septiembre al 4 de noviembre del 2003

Número de marcas analizadas:

27

Número de pruebas realizadas:

904

del territorio nacional. Las muestras analizadas se adquirieron en diversos puntos de venta, y se verificó que estuvieran bien cerrados y sin señales de maltrato. Cada producto se sometió a las pruebas que a continuación se indican:

Información al consumidor. Se verificó que todas las muestras estuvieran

Producto: Anticongelante concentrado

Marca / Procedencia / Presentación	Evaluación	Información comercial	Temperatura de ebullición (capacidad para soportar temperatura de trabajo)	Potencial anticorrosivo	Composición química
Prestone / México / 3.78 L	E	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple
Super Tech / México / 3.78 L	E	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple
Roshfrans / México / 3.785 L y 950 mL	MB	Se detectó producto hasta con 15.5% menos de contenido neto. Una muestra no indica lote.	Cumple	Cumple	Cumple
Quaker State / México / 950 mL	B	Se declara como concentrado, pero no lo es.	Cumple	Cumple	Se detectó producto hasta con 13.8% de agua y el máximo permitido es 5%.
Bardahl / México / 1 L (Etiqueta amarilla)	B	Se declara como concentrado, pero no lo es.	Cumple	Cumple	Se detectó producto hasta con 27.3% de agua y el máximo permitido es 5%.
Bardahl / México / 3.785 L (Etiqueta azul)	B	Se declara como concentrado, pero no lo es.	Cumple	Cumple	Se detectó producto hasta con 32.2% de agua y el máximo permitido es 5%.
Auto Care (Larga duración) / México / 946 mL	B	Se declara como concentrado, pero no lo es; además no indica lote, ni incluye todas las leyendas precautorias.	Cumple	Cumple	Se detectó producto hasta con 23.2% de agua y el máximo permitido es 5%.
Gonher / México / 946 mL (Etiqueta amarilla)	R	Se declara como concentrado, pero no lo es; además se detectó producto hasta con 2.7% menos de contenido neto. No incluye todas las leyendas precautorias.	Su temperatura de ebullición es de de 1.6 a 3°C menos de lo permitido.	Cumple	Se detectó producto hasta con 33,9% de agua y el máximo permitido es 5%.
Ice Freeze / México / 946 mL	R	Se declara como concentrado, pero no lo es; además no incluye todas las leyendas precautorias.	Su temperatura de ebullición es de 2 a 4 °C menos de lo permitido.	Cumple	Se detectó producto hasta con 38.3% de agua y el máximo permitido es 5%.
Auto Care / México / 946 mL y 3.785 L	R	Se declara como concentrado, pero no lo es; se detectó producto hasta con 5.9% menos de contenido neto. No indica lote ni incluye todas las leyendas precautorias.	Su temperatura de ebullición es de 2.6 a 2.8 °C menos de lo permitido.	Cumple	Se detectó producto hasta con 37.3% de agua y el máximo permitido es 5%.
Gigante / México / 1 L	P	Se declara como concentrado, pero no lo es; se detectó producto hasta con 2.5% menos de contenido neto. No indica lote ni incluye todas las leyendas precautorias.	Su temperatura de ebullición es de 3.6 a 4.8 °C menos de lo permitido.	No pasó la prueba de corrosión	Se detectó producto hasta con 44.9% de agua y el máximo permitido es 5%. Presenta compuestos que pueden dañar empaques y/o mangueras.

Producto: Anticongelante listo para usarse

Marca / Procedencia / Presentación	Evaluación	Información comercial	Temperatura de ebullición (capacidad para soportar temperatura de trabajo)	Potencial anticorrosivo	Composición química
Roshfrans / México / 950 mL (Envase ecológico)	E	Cumple	Arriba del promedio	Cumple	Alrededor del 45% del producto es agua.

E = Excelente | MB = Muy bien | B = Bien | R = Regular | P = Pobre

Producto: Anticongelante listo para usarse

Marca / Procedencia / Presentación	Evaluación	Información comercial	Temperatura de ebullición (capacidad para soportar temperatura de trabajo)	Potencial anticorrosivo	Composición química
Prestone / México / 1 L	MB	No indica que es un producto diluido con agua.	Arriba del promedio	Cumple	Alrededor del 41% del producto es agua.
Prestone / México / 3.78 L y 1 L (Mezcla precisa)	MB	Cumple	En el promedio	Cumple	Alrededor del 66% del producto es agua.
Bardahl México / 3.785 L (Etiqueta verde)	MB	Cumple	En el promedio	Cumple	Alrededor del 62% del producto es agua.
Bardahl (Etiqueta amarilla)	MB México / 1 L	Cumple	En el promedio	Cumple	Alrededor del 61% del producto es agua.
CM / México / 1 L	MB	No incluye leyendas precautorias.	Arriba del promedio	Cumple	Alrededor del 54% del producto es agua.
Roshfrans / México / 3.785 L	MB	Se detectó producto hasta con 3.3% menos de contenido neto.	Arriba del promedio	Cumple	Alrededor del 45% del producto es agua.
Elf / México / 946 mL	B	Se detectó producto hasta con 2.7% menos de contenido neto. El lote es ilegible y no incluye leyendas precautorias.	En el promedio	Cumple	Alrededor del 64% del producto es agua.
Peak / EUA / 1 L	B	Se detectó producto hasta con 6.0% menos de contenido neto. No indica lote y no incluye todas las leyendas precautorias.	En el promedio	Cumple	Alrededor del 66% del producto es agua.
Blue Ice / México / 1 L	R	No indica lote.	Muy abajo del promedio	Cumple	Alrededor del 79% del producto es agua.
Ice-Freeze / México / 946 mL	R	No indica lote y no incluye todas las leyendas precautorias.	Abajo del promedio	Cumple	Alrededor del 68% del producto es agua.
Shell / México / 3.8 L y 950 mL	R	No indica lote y no incluye todas las leyendas precautorias.	Arriba del promedio	Cumple	Alrededor del 49% del producto es agua. Presenta compuestos que pueden dañar sellos y/o mangueras.
Auto Care / México / 946 mL	R	Se detectó producto hasta con 2.7% menos de contenido neto. No indica lote y no incluye todas las leyendas precautorias.	Muy abajo del promedio	Cumple	Casi 75% del producto es agua. Una muestra presenta compuestos que pueden dañar sellos y/o mangueras.
Gonher México / 946 mL (Etiqueta azul)	P	Se detectó producto hasta con 2.7% menos de contenido neto. No incluye todas las leyendas precautorias. No indica claramente que es un producto listo para usarse.	En el promedio	Cumple	Alrededor del 63% del producto es agua. Presenta compuestos que pueden dañar empaques y/o mangueras.
Ice-K / México/ 3.79 L	P	Se detectó producto hasta con 3.43% menos de contenido neto. No indica lote y no incluye todas las leyendas precautorias.	Muy abajo del promedio	Cumple	Alrededor del 83% del producto es agua. Presenta compuestos que pueden dañar sellos y/o mangueras.
Gigante / México / 3.8 L y 1 L	P	Se detectó producto hasta con 4% menos de contenido neto. No indica lote y no incluye todas las leyendas precautorias	Abajo del promedio	No pasó la prueba de corrosión	Alrededor del 66% del producto es agua. Presenta compuestos que pueden dañar sellos y/o mangueras.

E = Excelente | MB = Muy bien | B = Bien | R = Regular | P = Pobre

Anticongelantes

28 debidamente etiquetadas e incluyeran información sobre contenido neto, denominación, marca, razón social, nombre y domicilio del fabricante o comercializador, lote e instrucciones de uso. También se revisó que incluyeran leyendas precautorias que son obligatorias como: "Al cambiarlo o rellenar, siga las recomendaciones del fabricante del vehículo", "Este producto es peligroso para la salud si se ingiere" y "No se deje al alcance de los niños". También se evaluó que la información ostentada fuera veraz y no confundiera al consumidor. En este rubro se detectaron marcas que no cumplen con toda la información requerida, así como marcas con contenido neto menor al declarado. Todas estas fallas afectaron la evaluación del producto.

Potencial anticorrosivo. Se verificó la eficiencia del producto contra la corrosión en metales como aluminio, acero, cobre y hierro, que son los que pueden encontrarse en mayor o menor medida en un circuito de refrigeración. Esta prueba permite además comprobar la estabilidad del anticongelante, ya que no debe formar precipitados ni incrustaciones que puedan causar averías. Este parámetro fue considerado como crítico en la evaluación.

Capacidad para soportar las temperaturas de trabajo. Para corroborar que los anticongelantes soportan las temperaturas de trabajo, se probó que los productos concentrados, cuando son mezclados con 50% de agua, alcanzan como mínimo una temperatura de ebullición de 107 °C, de acuerdo con lo que señala la norma de calidad para estos productos. Para el caso de los productos listos para usarse también se determinó su temperatura de ebullición y se reportaron los valores comparados respecto al promedio.

Composición química. Se verificó que los anticongelantes concentrados cumplieran con la composición química básica en lo referente al contenido de glicoles y agua. En este rubro se encontraron algunas marcas que contienen un compuesto (dietilenglicol) en concentraciones que son potencialmente dañinas para los empaques o mangueras del sistema de refrigeración. Por otro lado, se detectaron productos con contenidos excesivos de agua, por lo que podrían no cumplir con su función anticongelante a temperaturas muy bajas.

Ataque a pinturas. Se comprobó que los productos no provocaran daño en las pinturas automotrices dado que existe el posible riesgo de que entren en contacto con la carrocería del auto. No se detectaron problemas.

Si requiere más información sobre este estudio, comuníquese a nuestro Laboratorio de Pruebas a los teléfonos 5544-2060 y 5544-2122 si vive usted en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestra página electrónica: www.profeco.gob.mx

Estas son las marcas que tienen centros de atención a clientes

Auto Care,
Bardahl,
Blue Ice,
CM,
Elf,
Gigante,
Gonher,
Ice Freeze,
Ice-K,
Peak,
Prestone,
Quaker State,
Roshfrans,
Shell y
Super Tech.

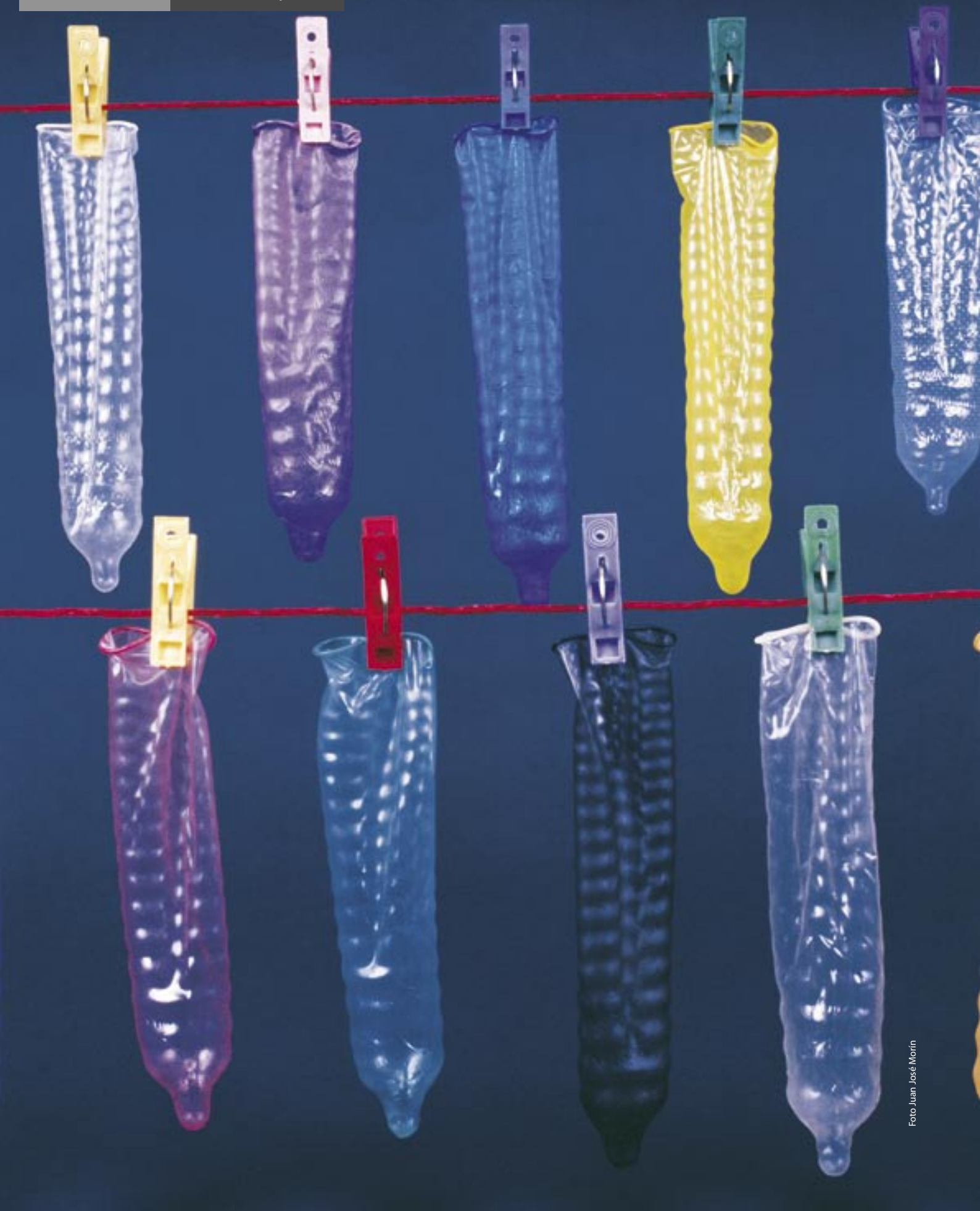


Foto Juan José Morín

CONDONES

Según la **ONU**, casi 3 millones de personas murieron de sida en el 2003 en todo el mundo, y unos 5 millones más contrajeron la enfermedad. Por eso, contar con protección durante el libre ejercicio de la sexualidad es invaluable, además de que con ello se evitan otras enfermedades de transmisión sexual y embarazos no deseados.

¿Cuál es el mejor condón? En estas páginas le presentamos el estudio de calidad realizado por nuestro Laboratorio, así como información suplementaria sobre el uso del condón y sobre el sida.

Ya lo sabe usted pero no está de más recordalo: cuídese.

Foto Archivo

Calidad

El uso correcto del condón es uno de los métodos más efectivos de protección contra enfermedades de transmisión sexual —incluyendo el sida—, así como para la prevención de embarazos. En ambos casos es importante que el condón sea de látex, pero si sólo se busca prevenir embarazos, se puede hacer uso del condón de poliuretano.

En la actualidad es posible encontrar una gran variedad de condones. Los hay en diferentes tamaños, lisos o texturizados, lubricados o no, con o sin espermaticida; otros se ofrecen en variedad de colores, aromas y sabores. También es posible encontrar en el mercado nacional el condón femenino.

Aunque es importante enfatizar que la efectividad de los condones depende en buena medida de su uso correcto, es claro que también depende de la calidad con que se fabriquen, empaquen y conserven.

Por esta razón, y dados los riesgos involucrados en las relaciones sexuales inseguras, el Laboratorio **Profeco** realizó el presente estudio sobre la calidad de los condones que se comercializan en el país.

Con este propósito se analizaron 67 modelos de 34 marcas de condones masculinos y se analizó el único condón femenino que se ofrece en México.

Las pruebas

Cada modelo de condón se sometió a 7 pruebas. Es importante hacer notar que para validar estadísticamente los resultados, algunas pruebas se repitieron en más de 300 piezas. Para su mejor comprensión los resultados obtenidos se agruparon en los siguientes rubros:

Información al consumidor. Se verificó que el empaque individual y el secundario presentaran en español la información especificada en la Norma correspondiente, es decir, marca y nombre del producto, número de lote, país de origen y el número de registro otorgado por la Secretaría de Salud. También debían incluir datos como el nombre y domicilio del fabricante o importador, las leyendas precautorias establecidas y la fecha de caducidad.

Verificación dimensional. Se mideron el largo y el ancho del condón y las medidas se compararon con lo declarado en la etiqueta. Esta prueba se aplicó a 13 piezas de cada modelo. Todas las muestras analizadas cumplieron satisfactoriamente con las dimensiones declaradas.

Hermeticidad del empaque. En su empaque primario y sin abrir, 13 piezas de cada modelo fueron sometidas a una presión de vacío durante un minuto. Se verificó que los empaques se mantuvieran inflados y no perdieran presión durante la prueba.

Acabados. Mediante inspección visual se verificaron 315 piezas por modelo, buscando anomalías tales como escurrimiento del látex, partículas incrustadas, excedentes de material, burbujas, pliegues y decoloraciones, entre otras. Para superar la prueba se requirió que el número de piezas con defectos no fuera mayor de 7.

Orificios o rasgaduras. Se acopló el extremo abierto del condón a un equipo especial y se llenó de agua para detectar alguna fuga. Se analizaron 315 piezas por modelo. Para superar la prueba el número de piezas con orificios o rasgaduras debía ser menor o igual a 2.

Resistencia del material. Se analizaron 125 condones por modelo en su estado original y 80 piezas fueron sometidas a una temperatura de 70 °C durante 170 horas para simular el envejecimiento. Mediante un equipo especial se verificó el volumen de aire y la presión de estallamiento que resisten estas muestras antes de romperse; los resultados se compararon con los valores establecidos en la normatividad.

Si usted requiere más información sobre este estudio, comuníquese a nuestro Laboratorio de Pruebas a los teléfonos 5544-2060 y 5544-2122 si vive usted en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestra página electrónica: www.profeco.gob.mx

Condones lisos lubricados

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Hermeticidad del empaque	Acabados	Orificios o rasgaduras	Resistencia del látex
Condón Sí / Regular / México	E	Completa	E	E	E	E
Don / Regular / México						
Don Juan / Regular / México						
Encanto* / Regular / México						
Everything / Regular / México						
Profilatex / Regular / México						
Prudence / Clásico / Malasia						
Sico / Sensitive / Alemania						
Sico / Safety / Alemania						
Sico / Ultra Sense / Japón						
Sico / Excess / Japón						
Simi Condón / Regular / México						
Triángulo* / Regular / México						
Life Styles / Regular / E.U.A.	MB	A, E, F, H	E	E	E	E
Life Styles / Ultrasensitivo / E.U.A.		A, E, F, H				
Durex / Comfort / España		d, e, 9				
Durex / Extra Fuerte / España		d, e, 9				
Durex / Natural / España		d, e, 9				
Durex / Sensitivo / España		d, e, 9				
Herso / No presenta / España		E, F, I, 15				
Panther / Regular / México		No presenta instructivo				
Tres Eros Premium / No presenta / Tailandia		E, F, I, 15				
Zebra / Regular / México		10, I				
OK / Beyond Seven / Japón		d, f, 5, 7, 10, A				
Unidus / Regular / No presenta	B	c, d, f, 1 al 16, A al I	E	P	E	R
Double One / Regular / China	P	d, e, 2, 7, 9, E, G, I	E	P	P	B
Maximum / Regular / Corea		c, f, A, D, E, H, I	P	E	P	P

Condones lisos lubricados con aroma

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Hermeticidad del empaque	Acabados	Orificios o rasgaduras	Resistencia del látex
Do It Lovely / Plátano / México	E	Completa	E	E	E	E
Do It Lovely / Fresa / México						
Do It Lovely / Limón / México						
Do It Lovely / Mango / México						
Everything / Fragancia rosas / México						
Instinct / Mango / México						
Instinct / Plátano / México						
Instinct / Chabacano / México						
Instinct / Fresa / México						
Prudence / Fresa / Malasia						
Prudence / Naranja / Malasia						
Prudence / Menta / Malasia						
Prudence / Uva / Malasia						
Adonis / Fragancia lavanda / México	MB	9, D, E	E	E	E	E
Condomi / Fruit 3 aromas: fresa, plátano, chocolate / Alemania		c, d, e, 7, 9				
Durex / Tropical 3 aromas: fresa, naranja, plátano / España		d, e, 9				
Ébano / Fragancia a rocío / México		9, D, E				
Hevea / Chocolate / Alemania		c, d, e, f, 7, 9, 15, E, I				
Pre Ment / Fragancia menta / México		e, 9, D, E				
Trustex / Sabor cola / E.U.A.		d, f, 2, 7, 9, 15, A, E, F, H				
Prudence / Chocolate / Malasia	B	Completa	P	E	E	E

Condones lisos lubricados con espermaticida

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Hermeticidad del empaque	Acabados	Orificios o rasgaduras	Resistencia del látex
Trojan / Clásico / E.U.A. **Trojan** / Muy Sensible / E.U.A. **Trojan** / Extra Fuerte / E.U.A. **Trojan** / Ultra Pleasure / E.U.A.	E	Completa	E	E	E	E
Life Styles / Regular / E.U.A. **Durex** / Extra Seguro / España **OK** / Beyond Seven Plus / Japón	MB	A, E, F, H c, d, e, 9 d, f, 5, 7, 10, A	E	E	E	E
Casanova / Regular / Corea	P	b, f, A, D, E, I	E	P	P	R

Condones texturizados lubricados

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Hermeticidad del empaque	Acabados	Orificios o rasgaduras	Resistencia del látex
Balam / Texturizado / México	E	Completa	E	E	E	E
Life Styles / No presenta / E.U.A. **Condomi** / Noppy / Alemania **Durex** / Ultra Sensitivo / Tailandia **Hevea** / No presenta / Alemania	MB	A, E, F, H c, d, e, 7, 9 c, d, e, 9 c, d, e, f, 7, 9, 15, E, I	E	E	E	E
Pleasure Plus / No presenta / China **Ria Wrangler** / No presenta / E.U.A	B	1 a 16, A hasta I 1 a 16, A hasta I	E E	P P	E E	E B

E = Excelente | MB = Muy bien | B = Bien | R = Regular | P = Pobre

Información al consumidor que no presentan los empaques, según la letra o número que se indique

Envase primario

a. Identidad, distribuidor (marca registrada, nombre o nombre abreviado).
b. Número de lote.
c. País de origen.
d. Número de registro otorgado por la Secretaría de Salud.
e. Fecha de caducidad (mes, año) utilizando el sistema de dos dígitos o tres letras (abreviatura en español) para el mes y de cuatro dígitos para el año. La fecha de caducidad máxima no deberá ser superior a 5 años a partir de la fecha de fabricación, y de tres años, en caso de tener espermaticida.
f. La leyenda: "Si se usan apropiadamente los condones de látex, pueden ayudar a reducir el riesgo de la transmisión de infección por VIH (SIDA) y otras infecciones transmitidas sexualmente". La leyenda señalada debe aparecer expuesta de modo tal que pueda ser claramente entendible por el consumidor y que no se vea enmarcada por otra información. Esta leyenda podrá manifestar adicionalmente que el condón es un auxiliar en la prevención del embarazo y planificación familiar.

Envase secundario

1. Nombre del producto (genérico y comercial).
2. Número de lote.
3. Marca o logotipo, razón social o nombre y domicilio del fabricante.
4 Nombre y domicilio del importador o proveedor.
5. Descripción del condón, que incluya si tiene o no tiene receptáculo. También deberá estar indicado si el condón es coloreado o texturizado.
6. Número de condones que contiene.
7. Ancho del condón.
8. Léase instructivo anexo (o leyendas alusivas).
9. Fecha de caducidad (mes, año) utilizando el sistema de dos dígitos o tres letras (abreviatura en español) para el mes y de cuatro dígitos para el año. Si un envase incluye condones de características diferentes, la fecha de caducidad será inferior a 5 años desde la fecha de fabricación del lote más antiguo.
10. Advertencia de almacenar el condón en un lugar fresco y seco, protegido de la luz solar directa.
11. Indicación de si el condón está lubricado o seco. Si el lubricante contiene espermaticida, deberá indicarse la identidad de cualquier ingrediente activo. También deberá indicarse si el condón o lubricante contienen aromas.
12. Declaración de que el condón está fabricado con látex natural.
13. Número de registro otorgado por la Secretaría de Salud.
14. País de origen.
15. La leyenda: "Si se usan apropiadamente los condones de látex natural pueden ayudar a recudir el riesgo de la transmisión de infección por VIH (SIDA) y otras infecciones transmitidas sexualmente". La leyenda señalada debe aparecer expuesta de modo tal que pueda ser claramente entendible por el consumidor y que no esté enmarcada por otra información.

Instrucciones de uso

En el exterior o en el interior del envase secundario (envase al consumidor), o en un folleto dentro de este envase, deberá figurar como mínimo la información siguiente, expresada en término sencillos y en idioma español:

A. La necesidad de manipular el condón con el debido cuidado, incluyendo su extracción del envase, para evitar dañarlo con las uñas, joyas, etc.
B. Deberá mencionarse que el condón debe colocarse sobre el pene erecto antes de que se produzca cualquier contacto entre el pene y el cuerpo de la pareja, para contribuir a la prevención de infecciones de transmisión sexual y del embarazo.
C. La necesidad de retirar el pene inmediatamente después de la eyaculación, mientras el condón se mantiene firmemente sujeto por la base del pene.
D. Si se desea un lubricante adicional, debe utilizarse el tipo correcto de lubricante que sea recomendado para uso con condones, así como la necesidad de evitar el uso de lubricantes a base de derivados del petróleo, tales como vaselina, aceite para bebés, lociones corporales, aceites de masaje, mantequilla, margarina, etc., por ser perjudiciales para la integridad del condón.
E. La necesidad de consultar al médico o farmacéutico sobre la compatibilidad de los condones con medicamentos de uso tópico, ya sea de prescripción o de venta sin receta que se aplican al pene o a la vagina.
F. Instrucciones sobre cómo desechar el condón utilizado.
G. La declaración de que el condón sólo se usa una vez.
H. La leyenda "....si se usan apropiadamente los condones de látex natural pueden ayudar a reducir el riesgo de la transmisión de infección por VIH (SIDA) y otras infecciones transmitidas sexualmente como: clamidiasis, herpes genital, verrugas genitales, gonorrea, hepatitis B y sífilis". La leyenda señalada debe aparecer expuesta de modo tal, que pueda ser claramente entendible por el consumidor y que no esté enmarcada por otra información.
I. La leyenda "Este producto contiene hule látex que puede causar reacciones alérgicas".

Condones texturizados con lubricante con espermaticida

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Hermeticidad del empaque	Acabados	Orificios o rasgaduras	Resistencia del látex
Trojan / Texturizado / E.U.A.	E	Completa	E	E	E	E
Trojan / Sensación Mutua / E.U.A.						

Condones de poliuretano

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Hermeticidad del empaque	Acabados	Orificios o rasgaduras	Resistencia del látex
Sico / Ther Maxx / Malasia	E	Completa	E	E	E	E

Condón femenino

Marca / Modelo / País de origen	Evaluación global de calidad	Información al consumidor	Hermeticidad del empaque	Acabados	Orificios o rasgaduras	Resistencia del látex
The Female Condom * / Condón Femenino / Inglaterra	E	Completa	E	E	E	E

* Condones distribuidos únicamente por el programa de mercadeo social de Brigada Callejera de Apoyo a la Mujer, E.M., A.C.

E = Excelente | MB = Muy bien | B = Bien | R = Regular

Foto Juan José Morín

Normatividad

NOM-016-SSA1-1993. Especificaciones sanitarias de los condones de hule látex.

Ficha técnica

Periodo de muestreo: 11 de junio al 7 de octubre del 2003
Periodo de análisis: 22 de junio al 20 de octubre del 2003
Número de marcas y modelos analizados: 34 marcas y 67 modelos
Características evaluadas: 7
Pruebas realizadas: 74,809

Foto Juan José Morín

Foto Juan José Morín

Antes de comprar

- Verifique la fecha de caducidad de los condones; no los use si la fecha ya expiró.
- Verifique que el empaque no esté roto o descolorido; verifique también el contenido de aire (que no esté aplastado).
- Si además compra lubricante y espermaticida, también verifique la fecha de caducidad de estos productos.
- Si adquiere condones en una máquina expendedora, verifique aún con más cuidado las sugerencias previas.

Recomendaciones para el usuario

1. Conviene insistir en que la protección que brindan los condones depende de que se usen correctamente.
2. Los condones que ofrecen la mayor protección comprobada contra embarazos y enfermedades de transmisión sexual son los hechos de látex.
3. Aunque los condones fabricados de poliuretano son una buena opción para quienes son alérgicos al látex y buscan prevenir embarazos, la Federal Drug Administration (FDA) de Estados Unidos ha señalado que no existen pruebas definitivas que garanticen su eficiencia para evitar enfermedades de transmisión sexual.
4. La presencia de espermaticida en el condón aumenta la protección contra embarazo en caso de filtración o derramamiento de semen.
5. En el mercado nacional existen muchas marcas y modelos registrados ante la Secretaría de Salud; también existen productos comercializados ilegalmente que no cuentan con dicho registro y que no ofrecen ninguna seguridad. ¡Evítelos!

Instrucciones de uso

1. Si no está circuncidado, antes de colocarse el condón, jale la piel del miembro, descubriendo completamente el glande.
2. Coloque el condón en el pene erecto.
3. Durante la colocación, presione la punta del condón para evitar que se formen burbujas de aire, las cuales pueden forzarlo hasta romperlo.
4. Muchos condones tienen un espacio en la punta para almacenar el semen eyaculado, pero existen algunos que no, por lo que en caso de utilizar uno de éstos, deberá dejar un espacio de aproximadamente un centímetro entre la punta del pene y la punta del condón.
5. Colóquese siempre un condón nuevo antes de cualquier contacto sexual.
6. Si cambia de sexo anal a vaginal, debe cambiar el condón, pues de no hacerlo puede provocar una infección vaginal a su pareja.
7. Inmediantamente después de eyacular, sujete el condón por su base y retire el pene mientras aún está erecto.
8. Quítese el condón cuidando que no gotee; anúdelo y tírelo a la basura. No lo tire en el excusado, ya que no es biodegradable y puede atorarse en la tubería.

Fuente Censida

Un poco de historia

Por Luis Amador

- En las culturas antiguas existía la preocupación por evitar el embarazo y la transmisión de enfermedades venéreas; al respecto, los chinos recomendaban cubrirse el pene con papel arroz empapado con aceite, y los egipcios sugerían cierto tipo de emplastos vegetales.
- Durante sus campañas militares, los soldados romanos comenzaron a utilizar tripas de cordero para evitar las enfermedades venéreas, que se habían convertido en un azote enviado —se decía— por Venus, la diosa del amor.
- En el siglo XVI, Gabrielle Fallopio, médico italiano, en su libro *De morbo gallico*, recomendaba usar bolsitas de lino tratadas con medicamentos para evitar el contagio de la sífilis.
- En el siglo XVII, en Inglaterra, un tal doctor Condom —de quien se supone el condón tomó su nombre— ideó unos preservativos hechos de intestino de piel de oveja; uno de los clientes del doctor Condom fue el rey Carlos II, quien no deseaba tener más hijos ilegítimos.
- En 1844, en Estados Unidos, se fabricaron los primeros condones hechos de caucho natural, que podían usarse varias veces y venían acompañados por un manual de instrucciones.
- En 1880 salieron a la venta los primeros preservativos de látex.
- Hacia 1935 se producían en Estados Unidos 1.5 millones de condones de látex al día.
- La píldora anticonceptiva y los tratamientos exitosos contra las enfermedades venéreas trajeron consigo la revolución sexual de los años 60, lo que en Estados Unidos ocasionó una caída importante en la venta de condones. No fue sino hasta la década de los ochenta, con la aparición del sida, que la venta de preservativos se incrementó en todo el mundo.

Foto Juan José Morín

Otras recomendaciones

El buen uso del condón empieza por usarlo siempre, desde el inicio hasta el fin de cada relación sexual con penetración vaginal, anal u oral. El uso correcto también implica seguir otras recomendaciones para lograr una mayor seguridad, por ejemplo:

1. Verifique que la fecha de fabricación no pase de cinco años.
2. Guarde el condón en un lugar fresco y seco.
3. No lo guarde en la cartera, la guantera del coche, ni en las bolsas traseras del pantalón, ni lo exponga a fuentes de calor.
4. No lo abra con los dientes ni con las uñas, ya que puede dañarlo.
5. La lubricación adicional reduce la posibilidad de ruptura del condón. Se recomienda usar sólo lubricantes con base de agua (se pueden adquirir en la mayoría de las farmacias). Los lubricantes con base de aceite o petrolatos como la vaselina, aceites de bebé o cremas de belleza, dañan el látex y ocasionan ruptura del condón por pérdida de la elasticidad.

Fuente Censida

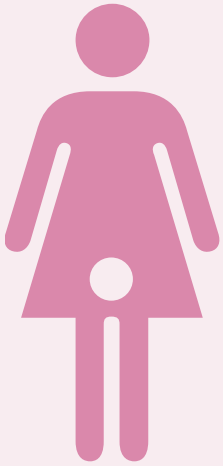
La importancia de usar condón

Foto Juan José Morín

El condón es excelente en la prevención de enfermedades de transmisión sexual, VIH y embarazo como consecuencia de prácticas sexuales vaginales, anales y orales entre parejas heterosexuales u homosexuales casadas, unidas o esporádicas, personas con múltiples parejas, personas con parejas sexuales ocasionales, adolescentes y hombres y mujeres dedicados al sexoservicio y sus clientes.

Tener relaciones sexuales sin protección enfrenta a las personas a consecuencias que nunca buscaron ni desearon, que van más allá de la afectación de la salud individual, o de un embarazo no deseado, pues algo que comenzó en la intimidad afecta al andividuo, a la pareja, a la familia y a la comunidad.

Condón femenino, ¿qué es?



El 10 de diciembre de 1992 la Food and Drug Administration (FDA) de Estados Unidos aprobó la comercialización del condón femenino, una bolsa de poliuretano de aproximadamente 15 centímetros de largo. Desde su aparición, la FDA tiene un registro de más de 18 millones de condones femeninos vendidos alrededor del mundo.
En cada extremo del condón existe un arillo flexible; uno de ellos es móvil y sirve para introducir el condón en la vagina; el otro es fijo. Durante el uso cubre la vulva pero permite la inserción del pene.

Con el condón femenino se permite el uso de lubricantes adicionales así como de espermaticidas, siempre y cuando la pareja no use al mismo tiempo un condón de látex.
Ventajas. Es el único contraceptivo para la mujer que también reduce el riesgo de contagio de enfermedades de transmisión sexual, y en la pareja no tiene los efectos secundarios (alergias) que podría provocar el uso del látex. Su colocación no necesariamente debe esperar a la erección del pene, sino que puede suceder minutos o incluso horas antes de la penetración.
Desventajas. Puede llegar a ser un poco ruidoso y para su colocación se requiere de cuidado y práctica. Por ser de poliuretano, la protección contra las enfermedades de transmisión sexual no parece ser tan efectiva como la que ofrecen los condones masculinos de látex, y su costo puede ser hasta tres veces mayor que el promedio de los condones masculinos.
Según datos de la FDA, el índice de embarazos utilizando este condón es de un 26% en comparación con el 15% del condón masculino; en ambos casos, estos porcentajes son resultado de un uso inadecuado de los condones.

Otras prácticas

Cuando se practica el sexo anal el condón es sometido a mayores esfuerzos, por lo que es conveniente utilizar un condón más grueso (reforzado) y con suficiente lubricante.

Fuente Censida

Foto Archivo

Condones de poliuretano

Los condones de poliuretano son más delgados que los de látex, por lo que se tiene una mayor sensibilidad; además, para el pequeño grupo de personas alérgicas al látex son una buena opción; en contraposición, en pruebas de laboratorio se ha observado que presentan un mayor índice de ruptura, y normalmente son más caros que los de látex.

Fuente Censida

Si el condón se rompe

Si tiene duda de que el semen pudo haber escapado, o en caso de una relación con mayor riesgo de infección, consulte a su médico.

Fuente Censida

¿De sabores?

Los condones de sabores fueron diseñados para el sexo oral, por lo que son delgados, para mayor sensibilidad; sin embargo, esta misma cualidad puede provocar un mayor riesgo de ruptura durante la penetración vaginal o anal.

Fuente Censida

Condón y pareja

Foto Juan José Morín

No permita que por pena o timidez se ponga en riesgo su salud. Sobre todo en prácticas de riesgo, hable con su pareja sobre el uso del condón: consideren la protección que otorga y busquen uno que satisfaga a ambos.

Efectividad del condón

En pruebas de laboratorio, se ha demostrado que el condón de látex, correctamente utilizado, tiene una eficacia del 95% en la reducción del riesgo de infección por VIH y otras enfermedades de transmisión sexual (ETS). También protege contra la concepción no deseada. En pruebas de laboratorio se ha demostrado que los condones de látex tienen poros tan pequeños en su estructura que no permiten el paso de fluidos como sangre, semen y virus que producen ETS.

Fuente Censida

Los productos que tienen centro de atención a clientes

Durex, Sico, Prudence, Simi Condón, Condón Sí, Pleasure Plus, Trustex, Ria Wrangler, The Female Condom, Encanto, Triángulo, Double One, Hevea, Everything, Profilatex, Balam, Don, Ok, Beyond Seven, Panter y Don Juan.

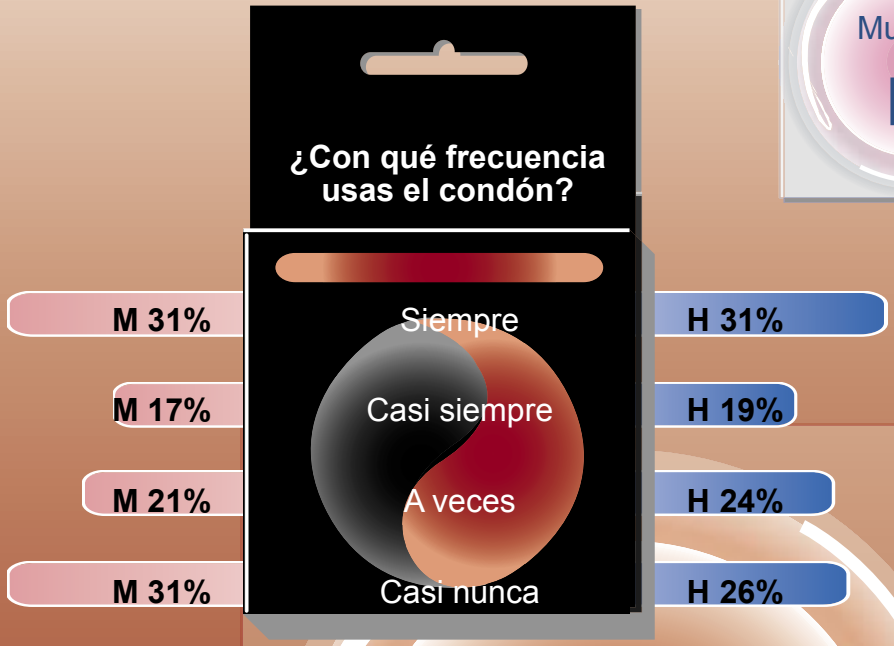
Para mayor información sobre el tema

Conasida es ahora el Censida (Centro Nacional para la Prevención y Control del Sida). Llame a Telsida: 5666-7432 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México, o llame sin costo al 01-800-712-0886 desde cualquier punto de la República. También puede consultar la página electrónica www.salud.gob.mx/conasida/ o envíe un correo a conasida@prodigy.net.mx

Hábitos de uso

Mujeres = M

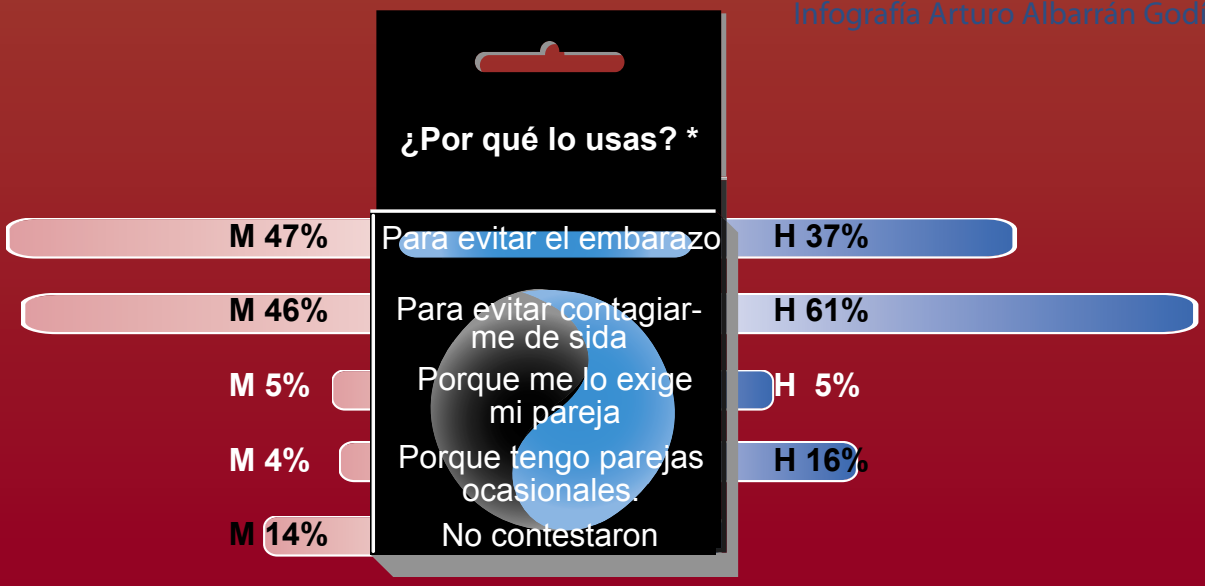
Hombres = H

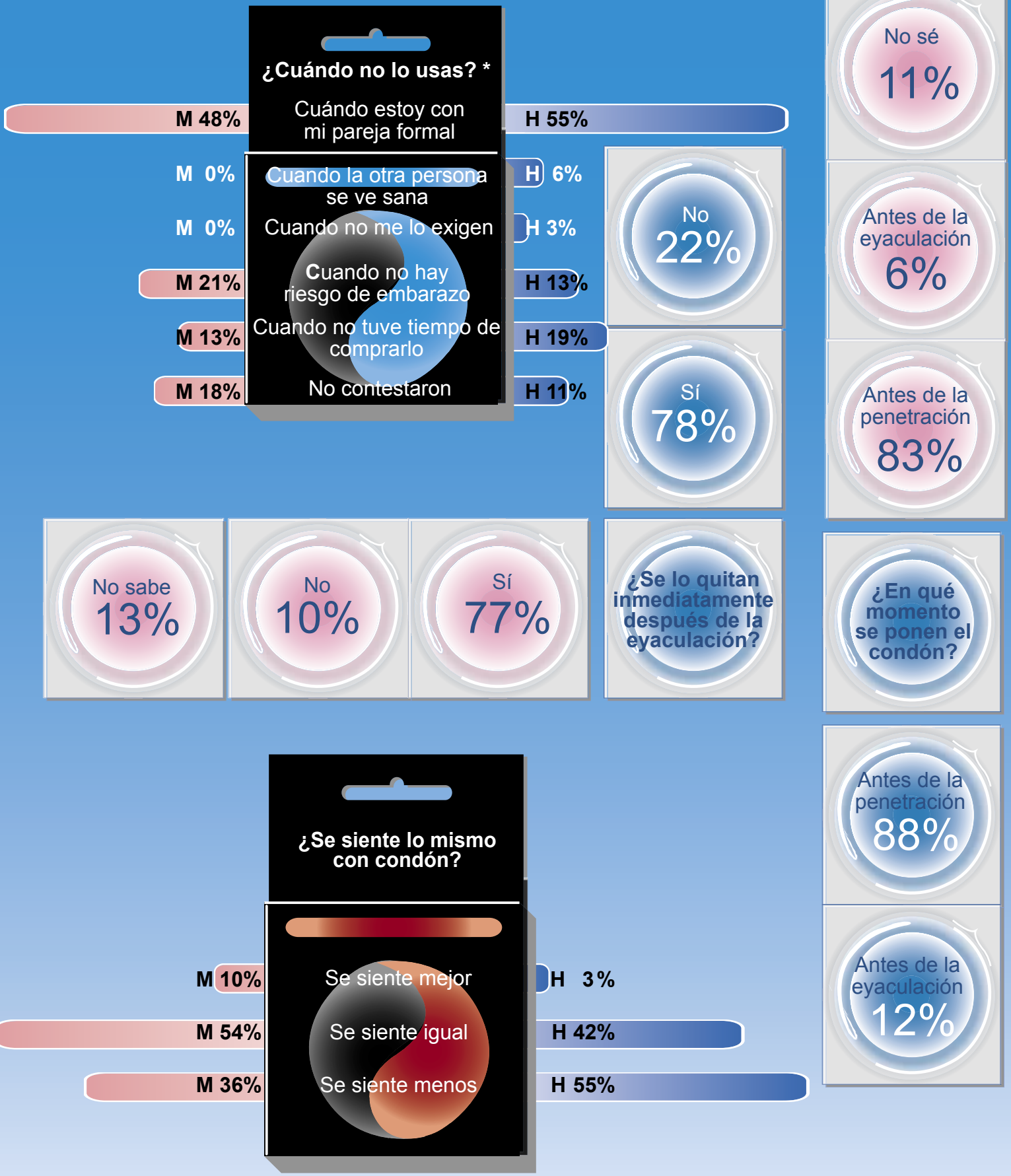


CONDONES

Con el fin de conocer los hábitos de uso de condones, entre los días 14 y 15 de noviembre de 2003, en distintos puntos del área metropolitana de la Ciudad de México, Profeco realizó un sondeo entre 250 personas (125 mujeres, 125 hombres) de entre 18 y 40 años de edad. Estos son los resultados.

Infografía Arturo Albarrán Godínez





Nota: En las preguntas marcadas con (*) los encuestados eligieron más de una opción, por lo cual el total suma más de cien.

Hábitos de uso

Sí 23%

Sí 13%

¿Te da pena comprarlos?

No 77%

No 87%

¿Dónde los consigues?

M 66%	En la farmacia	H 85%
M 0%	En la escuela	H 0%
M 5%	En las *Sex Shops*	H 8%
M 25%	Yo nunca los compro	H 4%
M 4%	Otros	H 3%

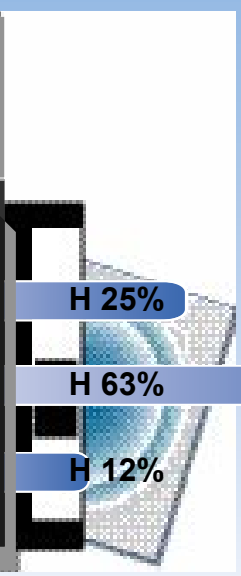
¿Cómo te decidiste a usar condón? *

M 46%	Campañas publicitarias	H 47%
M 19%	Me lo enseñaron en la familia	H 22%
M 39%	Me lo enseñaron en la escuela	H 37%
M 3%	Porque alguien enfermó de sida	H 7%

¿Qué tipo de condones usas?

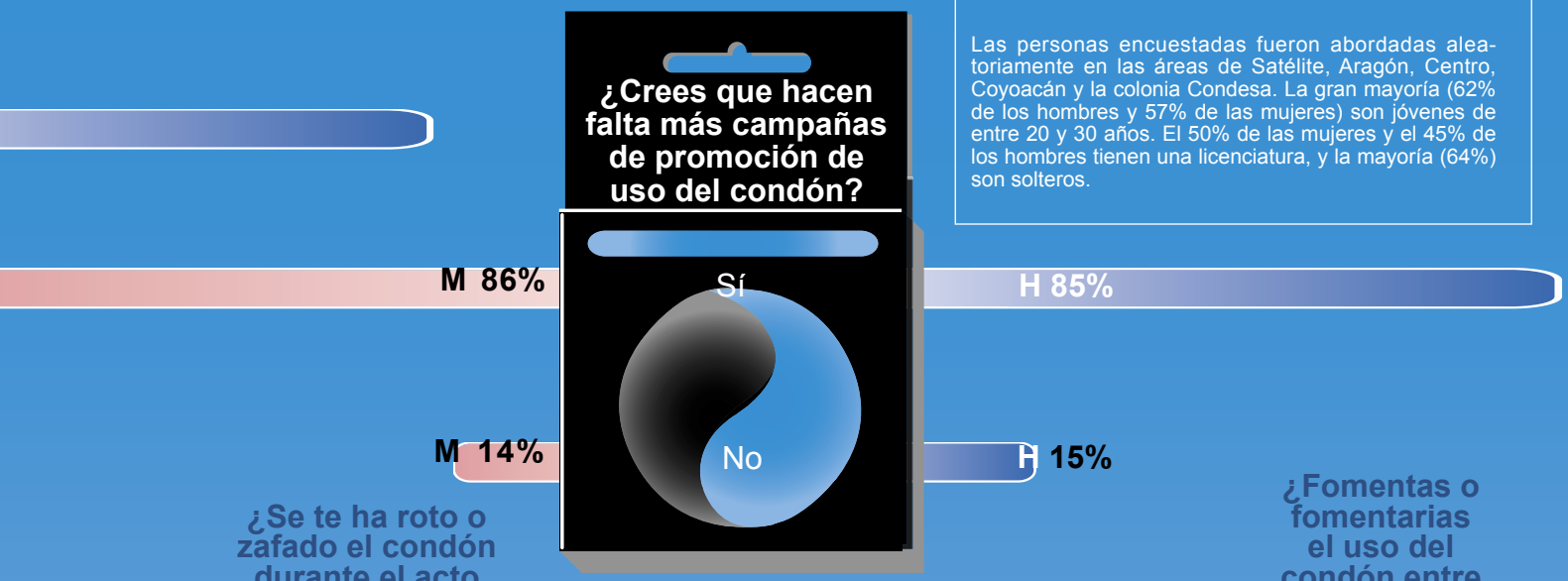
M 34%	Cualquiera	H 39%
M 30%	Sensitivo	H 34%
M 20%	Resistente	H 19%
M 10%	Con olor y aroma	H 5%
M 6%	Con textura	H 3%

M 29%	Totalmente confiable	H 25%
M 64%	Confiable	H 63%
M 7%	Poco confiable	H 12%

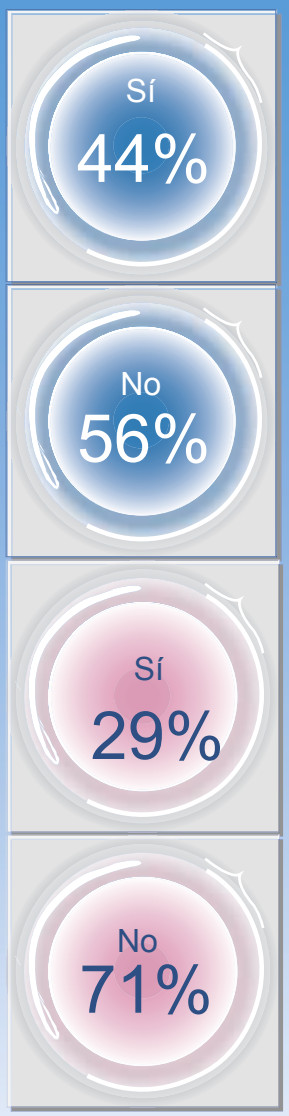


Los encuestados

Las personas encuestadas fueron abordadas aleatoriamente en las áreas de Satélite, Aragón, Centro, Coyoacán y la colonia Condesa. La gran mayoría (62% de los hombres y 57% de las mujeres) son jóvenes de entre 20 y 30 años. El 50% de las mujeres y el 45% de los hombres tienen una licenciatura, y la mayoría (64%) son solteros.



¿Se te ha roto o zafado el condón durante el acto sexual?



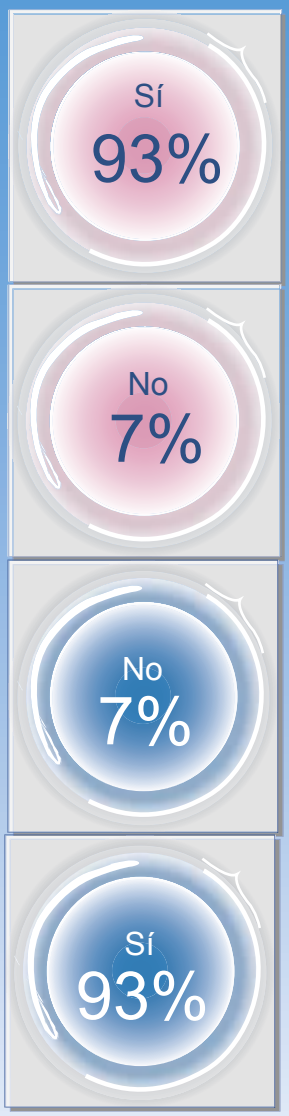
Algunas conclusiones

El sondeo muestra que los hábitos de uso del condón tienen algunas diferencias entre hombres y mujeres. Por ejemplo, ellas lo utilizan principalmente para evitar el embarazo (47%), en tanto que a los hombres (61%) les preocupa más el sida. Esto último se relaciona con el hecho de que 11% de las mujeres no saben en qué momento se coloca el hombre el condón. Al respecto, es importante señalar que 12% de los hombres y 6% de las mujeres lo utilizan incorrectamente, puesto que lo colocan antes de la eyaculación, lo que implica riesgos de enfermedades y de embarazo. También resulta preocupante que casi el 25% de las y los encuestados ignora o le resta importancia al hecho de que no quitarse el condón inmediatamente después de la eyaculación es factor de riesgo de embarazo y de contraer enfermedades de transmisión sexual.

También es alto el porcentaje de hombres y mujeres a quienes se les ha roto o zafado el condón durante una relación sexual, lo cual puede indicar un uso incorrecto del preservativo.

¿Estamos los mexicanos lo suficientemente informados sobre las ventajas de usar condón? La respuesta es contundente: la gran mayoría opina que hacen falta más campañas, y son todavía más quienes fomentan o fomentarían el uso del condón entre sus hijos, lo cual indica que no hay un rechazo de la población ante este producto, a pesar de que más de la mitad de los hombres dicen no sentir lo mismo con él.

¿Fomentas o fomentarias el uso del condón entre tus hijos?



Condones en la tele

Por mucho tiempo, los adolescentes fueron excluidos de las campañas en contra de las enfermedades de transmisión sexual; esto los convirtió en un grupo de alto riesgo. Un par de campañas muy originales atienden y persuaden eficazmente a este público que despierta a la vida sexual.

Fotos cortesia SICO

Por Inés Marrón

Asombrado, un adolescente atraviesa un mercado. Una chica hermosa, de las que sólo aparecen en sueños, acomoda las frutas en un puesto. Otra mujer igualmente bella corta un pollo en pedazos y lo acomoda sobre un mostrador. Lo mismo sucede en otros puestos: todas son chicas, todas son de una belleza que impresiona. El adolescente ya no es un niño y dista de ser un adulto: tiene barros en la cara y transmite la sensación de desconcierto propia de la pubertad. Al final de este ensueño en cámara lenta, con una iluminación clara, casi mágica, se escucha en *off* la frase: "Si a todas las ves igual de guapas, estás en edad de Sico".

Ésta es sólo una de las dos provocadoras versiones de anuncios para el modelo Excess que presenta Sico. Otra más nos presenta al adolescente durante un viaje en camión. Ahí se ve rodeado por chicas también muy bellas y él, evidentemente turbado, no sabe qué hacer. Por lo que se puede apreciar, la tentación de las mujeres hermosas puede ser una pesadilla. La solución para que él no sufra o, al menos, no siga tan desconcertado, será el desahogo fisiológico, pero con precaución.

En otra parte, una chica y un chico están estudiando. Los libros están sobre una mesa y se ven interesados, sin embargo, se miran por encima de los libros y cuadernos, se sonríen, se besan y en un instante están amándose (previo manotazo a los libros) sobre la mesa donde antes reposaba el conocimiento. ¿La frase en *off*? "Alguien en este momento está usando un condón Durex, y no está viendo la tele, como tú".

Hace un par de años estos anuncios serían impensables. No es que nunca se hayan anunciado condones en televisión, pero los comerciales bien podían ser más velados y, con seguridad, de importación. Los anuncios que ahora describimos son productos nacionales muy bien realizados que, por si fuera poco, comparten un elemento fundamental: interpelan al espectador. No pierden el tiempo en describir las bondades de su producto ni justifican moralmente algo que siempre será sujeto de controversias. Más bien atienden las necesidades concretas de sus clientes potenciales, les hablan directamente y les dan una pequeña sacudida.

Un antecedente muy efectivo

A mediados del año pasado se veía un anuncio en el que un joven esperaba impaciente afuera del laboratorio de un hospital. El ambiente aséptico y la iluminación dura y artificial sobre el rostro del muchacho acentuaban su angustia. Después de algunos segundos, que se hacían eternos, aparecía una enfermera poco amable y le entregaba al chico un papel que él abría con desesperación. Su expresión, adolorida y desencajada, nos transmitía lo que no tiene palabras. La voz en *off* en aquella ocasión recordaba: "Tienes razón, no se siente lo mismo con condón". Se trataba de un anuncio gubernamental elaborado por y para Conasida. El impacto que causó fue muy grande.

Es probable que, después de lo anterior, las marcas de condones hayan aprovechado para acercarse a un mercado casi inexplorado. Porque los tres anuncios se dirigían, en especial, a jóvenes muy jóvenes. En el caso de Sico, a los púberes; en los de Durex, a chicos entre los 18 y 25 años. Las razones pueden ser muchas, pero vale la pena pensar que el nicho de mercado existe, pues se trata del grupo social más afectado por las enfermedades de transmisión sexual. Es decir, es un sector que se consideraba

Foto Juan José Morín

fuera de la población sexualmente activa. Así que no eran sujetos de los esfuerzos preventivos ni de los comerciales.

Hace unos años más de un país se sorprendió con la noticia de que jóvenes de entre 15 y 20 años se contagiaban rápidamente de sida: se habían convertido en el grupo de alto riesgo, dejando atrás a los que –se suponía– tenían más propensión al contagio, como los homosexuales y las prostitutas.

Según pudo apreciarse, los adolescentes habían perdido el miedo al contagio por varias razones, entre otras, porque los enfermos de sida parecían llevar una vida muy sana. En muchos países en que se evitó la publicidad alarmista relacionada con el VIH el resultado fue la indolencia. Se creía que este grupo simplemente no tenía relaciones sexuales, y por tanto, se le excluyó de las campañas de prevención. La realidad mexicana, según Conasida (hoy Censida) e INEGI, es que los jóvenes empiezan a tener vida sexual desde muy temprana edad, así que ni Sico ni Durex andan por el camino equivocado.

Las propuestas de Sico y Durex

La publicidad de Sico, muy bien ejecutada, es la que parece más consciente del vacío de información presente en el público al que se dirige, porque sabe que no falta la actividad sexual. Decir que una persona está "en edad de Sico" no alienta, como suponen algunos, el ejercicio de la sexualidad; más bien refuerza un significado: "si ya lo vas a hacer, ponte un condón Sico, no seas inconsciente". Hay, de alguna manera, un aviso implícito en el *slogan* que funciona como una alarma. Sico asume que el chico *tendrá* relaciones sexuales y asume que necesita tener al menos un poco de información.

Hay otro aspecto que llama la atención en este comercial: el énfasis está en el chico, en que él debe cuidarse independientemente de lo que su pareja quiera. Si bien esto es algo que podría discutirse en pos de incluir en la prevención también a las mujeres de forma más activa, resulta muy interesante esta asignación de responsabilidad.

En México, durante muchos años, fue muy común que el hombre no se preocupara por su salud sexual y que, o dejara en manos de las mujeres el asunto, o les prohibiera siquiera tocar el tema y cuidarse. Es cierto que el anuncio de Sico está dirigido a una clase social un poco más consciente de su sexualidad y salud, pero sería imposible no observar en su tratamiento un avance propositivo frente a un tema que siempre resulta espinoso.

El anuncio de Durex, por su parte, dirigido a un público ligeramente mayor, no intenta convencer a un género en especial: los involucra a ambos al no dirigirse a nadie y, por si fuera poco, interpela al televidente (también del género que sea) azuzándolo: "Mientras otros usan condones, tú ves la tele". El tono gozoso del comercial, su abierta celebración de la sexualidad humana de forma sencilla y original, el mensaje claro de que la protección es necesaria y depende de los involucrados en el asunto, también son un parteaguas en la historia de los comerciales en México.

Se puede pensar que, ciertamente, ni Sico ni Durex realizaron estos anuncios con miras a hacer una labor social. Quieren vender y explorar nuevos mercados. Sin embargo, eso no impide que se hayan lanzado al ruedo con una propuesta bien realizada, y que hayan dado en el clavo.

Sida en México

EVITEMOS QUE AVANCE

Si bien en México la epidemia de sida se mantiene "a raya", para evitar que aumente el número de casos es importante no bajar la guardia y reforzar los programas de prevención, así como brindar información a la población, sobre todo a los jóvenes.

Por Leonardo Huerta Mendoza

EL PRIMER REPORTE

En 1981, una rara y devastadora enfermedad apareció en la costa oeste de Estados Unidos. En el boletín *Morbidity and Mortality Weekly Report* del 5 de junio, los Centros para el Control de Enfermedades mencionaron cinco casos de una rara neumonía detectados en meses recientes en la ciudad de Los Ángeles; dos de estos pacientes habían muerto. Pronto se supo de otros casos semejantes en San Francisco y Nueva York. El boletín también advirtió sobre un súbito incremento en el consumo de pentamidina, un medicamento utilizado contra el parásito *Pneumocystitis carinii*, causante de una infección que sólo atacaba a pacientes cuyo sistema inmunológico estaba debilitado.

Meses después de esta "acta de nacimiento" del sida, la enfermedad se presentaba como lo que es todavía: una pandemia, es decir, una epidemia que abarca varios países, sobre todo los más pobres. Aunque durante meses no se supo el origen de la enfermedad, pronto se estableció que se transmitía por contacto sexual y transfusión sanguínea, y que también se presentaba entre los usuarios de drogas inyectables.

EL DESCUBRIMIENTO

Hace poco más de 20 años se identificó por vez primera al virus responsable del sida. En mayo de 1983, los investigadores del Instituto Pasteur de París, Francia, Françoise Barré-Sinoussi y Jean-Claude Cherman, dirigidos por el doctor Luc Montaignier, aislaron un virus extraído del ganglio de un paciente de apellido Brugier; lo denominaron LAV-BRU (por *Lymphanodenopaty Associated Virus*, y Bru por las primeras tres letras del nombre del paciente).

El equipo publicó su descubrimiento en la revista *Science* en mayo de 1983. El doctor Montaignier envió el virus al doctor Robert Gallo, director del Laboratorio de biología molecular de tumores del Instituto Nacional del Cáncer, que a su vez pertenecía a los National Institutes of Health, en Estados Unidos. Con esta muestra del virus, el doctor Gallo diseñó una prueba de detección precoz del sida, como empezó a llamársele a la enfermedad, la que presentó a la comunidad científica en abril de 1984.

Desde entonces, los científicos han hecho grandes avances en la comprensión de cómo se comporta el virus y han desarrollado terapias efectivas.

LA PALABRA SIDA

El sida es una enfermedad infecciosa causada por el virus de la inmunodeficiencia humana (VIH), que ataca al sistema de defensas y lo deja desprotegido ante cualquier infección.

Sida son las siglas de **Síndrome de inmunodeficiencia adquirida** (*síndrome* son los síntomas y manifestaciones de una enfermedad; *inmunodeficiencia* significa que el organismo queda expuesto a numerosas infecciones; y *adquirida* quiere decir que la enfermedad se puede contraer en algún momento de la vida).

EL CONTAGIO

Cualquier persona, sin importar sexo, edad, raza o condición social que se exponga a cualesquiera de las formas de transmisión del sida puede quedar infectada. Hay cuatro vías de contagio: por contacto sexual no protegido con una persona infectada (mediante el cual se intercambia semen, líquido preeyaculatorio, secreciones vaginales o sangre); por vía sanguínea, cuando se realizan transfusiones con sangre infectada; cuando comparten jeringas los usuarios de drogas inyectables; o por vía perinatal, es decir, de una madre infectada a su hijo, ya sea durante el embarazo, el parto o por medio de la leche materna.

Entre el momento del contraer el virus y la manifestación de la enfermedad pueden transcurrir hasta 8 o 12 años (cuando se trata de transmisión sexual), o 7 años en el caso de transfusión sanguínea. Al entrar al organismo, el virus comienza a reproducirse pero sin causar síntomas. En estos casos se dice que una persona es **seropositiva**, es decir, tiene el virus pero aún no ha desarrollado la enfermedad. Sin embargo, poco a poco los virus acaban con las defensas y dejan al organismo expuesto a enfermedades e infecciones que en otras circunstancias serían inofensivas, pero como el sistema inmune está debilitado, pueden causar la muerte.

La única forma de saber si estamos infectados por el VIH es practicarnos la prueba de detección de anticuerpos contra el VIH a partir de una muestra de sangre. Si están presentes dichos anticuerpos, se dice que la prueba es positiva, y la persona es seropositiva.

Debemos recodarle que el VIH no se transmite por el contacto casual o cotidiano, como son los abrazos, las caricias y los besos, o por compartir utensilios personales (cubiertos o artículos de baño), ni por nadar en albercas; tampoco se transmite a través de los animales, ni por las picaduras de insectos.

A partir de los síntomas y mediante un estudio clínico del paciente, el médico puede hacer un diagnóstico adecuado. Las personas interesadas en practicarse la prueba de detección del VIH deben acudir a un laboratorio reconocido o a los centros de salud, donde gratuitamente médicos, psicólogos y trabajadores sociales evalúan si es necesario o no practicar las pruebas, y sugieren la ayuda adecuada en caso de ser necesaria.

PREVENIR EL SIDA

Entre las recomendaciones de la Secretaría de Salud para prevenir el contagio del VIH están las siguientes:

- Como la principal causa de transmisión del VIH/sida son las relaciones sexuales sin protección con personas infectadas, una de las formas más efectivas para evitar el contagio es el uso correcto del condón en cada relación sexual.
- El condón de látex, utilizado en todo el mundo, se somete a las pruebas de laboratorio establecidas en las regulaciones sanitarias internacionales. En nuestro país, la Norma Oficial Mexicana NOM-016-SSA1-1993 establece las especificaciones sanitarias de los condones de hule látex, las condiciones de empaque y almacenamiento y los métodos de prueba, que permiten detectar defectos visibles u orificios no visibles en el condón, así como su resistencia (consulte el estudio de laboratorio de esta edición).
- Debemos recordar que el uso incorrecto o la falta de constancia en el uso del condón son las principales causas de que éste falle. Pero si se emplea correctamente y de manera constante, reduce hasta en 95% el riesgo de adquirir enfermedades de transmisión sexual (ETS). Por su parte, la Organización Mundial de la Salud (OMS) establece que para prevenir el VIH/sida, otras ETS y el embarazo, se debe utilizar siempre el condón, desde el inicio hasta el final de cada relación sexual.

CAMPAÑAS CONTRA EL SIDA

De acuerdo con Jorge Saavedra López, director general del Centro Nacional para la Prevención y Control del Sida (Censida), en México tenemos "la tasa de incidencia acumulada de sida más baja de América Latina por número de casos". Sin embargo, se debe consolidar el control de la transmisión del VIH por transfusión sanguínea y seguir negociando con los laboratorios para reducir los costos de medicamentos para combatir al sida.

El doctor Saavedra está convencido de que se deben reforzar las campañas de prevención del VIH en grupos vulnerables, como el de los homosexuales, las y los trabajadores sexuales y los usuarios de drogas inyectables. Además, es muy importante acabar con el trato discriminatorio y el estigma hacia las personas infectadas con el VIH, debido a que son los principales "obstáculos para que los servicios de atención y los mensajes preventivos lleguen a donde tienen que llegar", dice el Dr. Saavedra, y que los hombres y mujeres, jóvenes o adultos que no han sido afectados por el VIH, perciban el problema a través de las campañas de prevención y se apropien de esa información para que eviten contraer el virus.

El director del Censida considera que los medios de comunicación son muy importantes para eliminar la discriminación: "Para ello, es fundamental tener a la mano información y las herramientas necesarias que permitan abordar el tema de forma mucho más profesional, con bases técnicas y científicas, lo que facilitaría que se eliminen tabúes y prejuicios sociales que afectan a la sociedad en general."

POR QUÉ PRACTICARSE EL EXAMEN

Si una persona cree que ha estado expuesta al virus, es muy importante que considere lo siguiente:

- Al practicarse el examen es posible eliminar la angustia de saber si se tiene o no el VIH.
- En caso de tenerlo, evitará contagiar a alguien más el VIH.
- Si el resultado es positivo se puede tener una adecuada y oportuna atención médica.
- Recibir un tratamiento oportuno y tomar las medidas preventivas a tiempo, detiene la multiplicación del virus y prolonga la vida de las personas infectadas.

En caso de tener el VIH es importante comunicárselo al médico, para que no recete medicamentos que pueden dañar el organismo.

REFORMAS A LA LEY DE SALUD DEL ESTADO DE TABASCO

Según la publicación *Salud: México 2002*, de la Secretaría de Salud, el estado de Tabasco ocupa el cuarto lugar en muertes por sida en varones de entre 25 y 44 años (con casi 25 por cada 100 mil habitantes) y el sexto en mujeres (menos de diez muertes por 100 mil habitantes). Por ello, el 19 de noviembre de 2003 el Congreso local aprobó una serie de reformas a la Ley de Salud entre las que destaca la obligación de los hoteles de todo el estado de proporcionar condones dentro del paquete de accesorios de higiene de cada habitación.

Sin embargo, la ley va más lejos: obliga la venta de condones en establecimientos como baños públicos, discotecas y lugares en los que se vende y consume alcohol.

EL SIDA EN MÉXICO

Los registros de casos de sida de cualquier país del mundo presentan problemas de subregistro y retraso en la notificación, de tal forma que no todos los casos reportados son los que en realidad existen. Así, el número de registros refleja la epidemia que ocurrió hace años, no la actual.

Desde el inicio de la epidemia hasta el 1 de noviembre de 2003, el número de casos acumulados de sida asciende a 71,526. Se calcula que existen alrededor de 150 mil personas infectadas por el VIH en el grupo de 15 a 49 años, de las cuales 0.03% viven con sida.

Del total de casos anuales de infección por VIH/sida, 89.7% ocurren por transmisión sexual, 8% por vía sanguínea, 1.8% por transmisión perinatal y la categoría combinada de homosexuales y usuarios de drogas inyectables representa el 0.5%. En nuestro país la epidemia se concentra en el grupo de homosexuales, con un porcentaje superior al 50% del total de los casos acumulados, y la proporción hombre-mujer en este total es de 8 a 1 (hombres 88.7%; mujeres 11.3%).

Durante la conmemoración del Día Internacional de la Lucha contra el Sida, la Secretaría de Salud informó que en nuestro país el sida es la tercer causa de muerte en varones y la sexta entre mujeres de 24 a 34 años de edad. Informó también que en Mëxico se registran 4,100 casos en promedio anual, de los cuales, alrededor de la mitad son jóvenes menores de 18 años.

Según el Fondo para la Población de Naciones Unidas, en el 2003 se presentaron en el mundo cinco millones de nuevos casos en personas de entre 15 a 24 años. Se calcula que en promedio cada 15 segundos se infecta un joven con VIH.

ONUSIDA, DATOS SOBRE MÉXICO

De acuerdo con *Salud: México 2002*, publicación de la Secretaría de Salud, la población portadora del VIH o enferma de sida en el mundo era de 42 millones. De esa población, más de tres millones murieron ese año. Sin embargo, datos de Onusida (Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre VIH/sida) de noviembre de 2003, indican que la cifra ascendió a 46 millones.

Según el *Informe sobre la epidemia mundial de VIH/sida*, entregado por Onusida en la Conferencia de Barcelona, en julio de 2002, México ocupa el lugar 77 a nivel mundial y el lugar 23 en el continente americano y el Caribe en casos de sida. Sin embargo, un riesgo muy alto son nuestras fronteras con países que presentan epidemias mayores, como Estados Unidos (0.6%), Belice (2.0%) y Guatemala (1.0%), con los que existe un intenso intercambio migratorio y de comercio sexual, lo que podría favorecer la diseminación de la epidemia.

De acuerdo con la clasificación de Onusida para las epidemias de la enfermedad (incipiente, concentrada y generalizada), México tiene una epidemia concentrada, lo cual significa que aunque la infección por VIH se ha extendido rápidamente en algunos subgrupos de la población, aún no se difunde entre la población general.

Si bien el sida se ha mantenido estable durante los últimos años, no se ha reducido, lo cual significa que se debe evitar que la epidemia se generalice. Para ello se requiere fortalecer los programas de prevención sexual, principalmente entre los grupos más afectados; extender los programas preventivos en usuarios de drogas inyectables; intensificar las acciones de prevención sanguínea y perinatal e impulsar acciones contra la discriminación de las personas que viven con VIH/sida.

SIDA, ENFERMEDAD CRÓNICA

Gracias a los nuevos medicamentos, a partir de 1997 al sida se le considera una enfermedad crónica, es decir, los pacientes con tratamiento pueden vivir muchos años. En Europa y Estados Unidos la enfermedad y los casos mortales se han detenido. Sin embargo, hay muchos retos que superar en cuanto a tratamientos y prevención.

Durante la última reunión de Onusida, el director de la Organización Mundial de la Salud (OMS) indicó que se necesitan 10 mil millones de dólares anuales para contrarrestar la enfermedad, principalmente en los países pobres (sobre todo en África), en los que 28.5 millones de personas están infectadas, en tanto que el índice de contagio crece en forma alarmante en China e India.

Para mayor información

Puede acudir a la biblioteca de Censida en Calzada de Tlalpan 4585, 2do. piso, colonia Toriello Guerra; marque el teléfono y fax 5528-4220, o visite la página de Censida: wwww.ssa.gob.mx/conasida/preven.htm

Fotos Archivo

Fuentes Entrevista con el doctor Jorge Alejandro Saavedra López, director general del Censida • Letra S, 2 de octubre de 2003 • El condón, una buena opción y La prueba del SIDA, publicaciones de la Secretaría de Salud • "Las trampas de la administración norteamericana: El caso Gallo", Mundo Científico, núm. 133, febrero de 1993, Barcelona, España • Secretaría de Salud, Epidemiología del VIH/sida en México en el año 2003, datos al 1 de noviembre de 2003.

ALGUNOS CENTROS DE APOYO A PERSONAS CON SIDA

Distrito Federal	
Centro Nacional para la Prevención y Control del Sida (Censida)/SSA	Calzada de Tlalpan 4585, P.B. Tels.: 5528-2103 y 5528-4086, 01-800-712-0886 y 0889. conasida@prodigy.net.mx
Clínica Especializada Condesa en VIH/sida	Tel./Fax. 5515-4093
Clínica para Niños con Inmunodeficiencia/sida	Tels. 5623-2659, 5623-2668. Fax: 5623-2669. ptovar09@hotmail.com
Albergues de México	Tel. 5286-2622. Fax 5286-7336 albergues@compuserve.com.mx, www.alberguesdemexico.org.mx
Amigos contra el Sida	Tel. 5659-7531. Fax 5659-0166 amigos@prodigy.net.mx , www.aids-sida.org
Asociación Mexicana de Servicios Asistenciales en VIH/sida	Tel. 5514-6239. Fax 5525-7417. amsavih@uol.com.mx
Árbol de la vida	Tel. 5386-2180. Fax 5386-1347 arbol@ikarus.com.mx , www.ikarus.com.mx/arbol
Ave de México	Tels. 5272-5523 y 5272-5525 avedemexico@prodigy.net.mx , www.avedemexico.org.mx
Centro de Atención Profesional a Personas con Sida	Tel. 5672-4642. Fax 5674-2796 cappsida@cappsida.org.mx , nitram@cappsida.org.mx , www.cappsida.org.mx
Centro de Apoyo a Niños con Sida	Tels. 5714-5279 y 5693-9210
Frente Nacional de Personas Afectadas por el VIH/sida	Tel. 5680-1566 www.frenpavih.org.mx , frenpavih@frenpavih.org.mx
Fundación Diarq contra el Sida	Tel. 5202-7866 y 01-800-712-7989. Fax 5540-1512 fundiarq@prodigy.net.mx
Fundación Mexicana para la Lucha contra el Sida	Tel. 5515-7913. Fax 5273-3807. sida@sidamexico.org , www.sidamexico.org
Fundación ser Humano Internacional	Tel./Fax 5588-7629 y 5578-7423 serhumano@serhumano.org.mx , www.serhumano.org.mx
Nicasi, Esperanza-Vida	Tel. 5273-9134. amtretega@hotmail.com
Red Mexicana de Personas con VIH/sida	Tel. 5273-7308. Fax 5515-5583. redvihsida@laneta.apc.org
Signos de VIHDA. Grupo de Información y Orientación sobre VIH/sida	Tels. 044-55-2183-7905, 044-55-3086-9329. signosdevihda@yahoo.com
Teatro & Sida	Tel. 5597-8032. Fax 5556-7761. teatroysida@hotmail.com
VOL-SIDA. Unión de Colectores Voluntarios Mexicanos	Tel. 5745-6283
Baja California	
Centro Local Sida Mexicali	Tel. 01 (686) 552-9606. Fax (686) 654-2214. zongia@hotmail.com
Alianza contra el Sida Tijuana	Tel. 01 (666) 680-9963. Fax: (666) 680-4870
Centro Mujeres	Tel. 01 (612) 122-3570 y 122-3342. Fax (612) 122-3570 cmujeres@balandra.uabcs.mx , www.bajatravel.com/centromujeres
Jalisco	
Proyecto Azomalli	Tel. 01 (33) 3826-7726. azomalli@megared.net.mx
Ser Humano	Tel. 01 (33) 3613-6200. Fax (33) 3825-3965. serhuman@prodidy.net.mx
Familiares y Amigos de Personas con Sida	Tel. 01 (33) 3823-4760
Amigos Previniendo el Sida	Tel./Fax 01 (33) 3853-4214. ayraja@foreinger.class.udg.mx
CHECCOS	Tels. 01 (33) 3614-4514, 3614-4515. Fax (33) 3654-0954 checcosac@hotmail.com , www.indesis.com.mx/checcos
Nuevo León	
Centro de Información de Sida	Tel./Fax 01 (818) 374-7644
Movimiento Abrazo	Tel./Fax 01 (818) 375-6889. abraxxo@hotmail.com
Movimiento Ciudadano de Vida y Lucha Contra el Sida. Humánitas	Tel./Fax 01 (818) 342-4307. humanitasmty@hotmail.com
Veracruz	
Centro de Estudios Sociales Xochiquetzal	Tels. 01 (228) 812-4878 y 817-3206. xqcefac@prodigy.net.mx
Comité Veracruzano contra el Sida	Tel./Fax 01 (229) 932-5029. auroradv@hotmail.com
Yucatán	
Arscs Yax'Che. Asociación Regional Sureste contra el Sida.	Tels. 01 (999) 987-2010, 926-4315 y 926-4316. Fax 927-2205
Oasis de San Juan de Dios (albergue)	Tel. 01 (999) 929-8372. Fax 01 (999) 923-4344
Vivir con dignidad	Tel./Fax 01 (999) 928-2266. vivircondignidad@yahoo.com

Dime dónde compras... y te diré cuánto ahorras

Quién es quién en los precios

El servicio que le ayuda a comprar mejor

Captamos semanalmente los precios de cientos de productos en una amplia red de establecimientos en 23 ciudades del país, para que usted pueda comprar mejor.

Consulte la información de Quién es Quién en los Precios:

- En el Teléfono del Consumidor: 01-800-4568-8722
- Visitando nuestra página electrónica: www.profeco.gob.mx
- Solicitando un folleto gratuito en las delegaciones Profeco del área metropolitana
- Además, con nuestro nuevo Sistema Interactivo, en Internet, arme su canasta básica y vea en qué establecimiento de la Ciudad de México ahorrará más.

Para ahorrar y comprar mejor,
¡compare precios!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Productos mexicanos con Denominación de origen

¿Sabe usted por qué nuestro país protege las denominaciones de origen relativas a tequila, talavera, café de Veracruz, ámbar de Chiapas y charanda, entre otros productos? Conozca qué es una denominación de origen y en qué beneficia a los productores y a los consumidores.

Fotos Juan José Morín

Diversos países del mundo, entre ellos México, han tenido que proteger sus productos que cuentan con calidad y características únicas que exclusivamente se dan en el medio geográfico, comprendiendo los factores naturales y humanos de nuestro país, con el fin de evitar la competencia desleal a través de imitaciones, falsificaciones o adulteraciones. Los mexicanos, por ejemplo, sabemos que el tequila es exclusivo de nuestro país, sin embargo, hasta hace poco, no era difícil encontrar un "tequila japonés", por lo que surgió la necesidad de proteger y distinguir esta bebida, otorgándole una declaración de protección a la denominación de origen "tequila".

De acuerdo con el artículo 156 de la Ley de la Propiedad Industrial: "se entiende por **denominación de origen**, el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en éste los factores naturales y los humanos" (el subrayado es nuestro).

Por ejemplo, la denominación de origen "tequila" surge del nombre geográfico de Tequila, que es un municipio del estado de Jalisco, en donde se cultiva y produce una variedad de agave conocida como Tequilana Weber variedad azul, que es la materia prima básica para elaborar ese producto. Dicho agave se deriva de las condiciones geográficas que incluyen precipitación pluvial, clima, condiciones de la tierra, etc., que le otorgan características especiales y propias para elaborar la bebida alcohólica "tequila".

Además del municipio señalado, en nuestro país existen otros con condiciones similares, a los que en su conjunto se les conoce como "zona protegida" para el cultivo del agave señalado, la cual incluye todos los municipios del Estado de Jalisco; 8 municipios de Nayarit; 7 municipios de Guanajuato; 30 municipios de Michoacán y 11 municipios de Tamaulipas.

Un poco de historia

En 1958 México suscribió el Arreglo de Lisboa, relativo a la protección de las denominaciones de origen y su registro internacional. De acuerdo con los términos de este Arreglo, los países miembros se comprometen a proteger en sus territorios las denominaciones de origen de los productos de otros países que cuenten con declaraciones de protección a su denominación y que sean registradas en la Oficina Internacional de la Propiedad Intelectual.

En 1997 se firmó el Acuerdo de Reconocimiento Mutuo para la protección de las denominaciones de origen en el sector de bebidas espiritosas entre México y la Unión Europea, a través del cual, nuestro país reconoció 193 distintas denominaciones de origen de bebidas destiladas; y a nuestro país se le reconocieron las denominaciones relativas a tequila y mezcal.

Respecto a Estados Unidos y Canadá, mediante el Tratado de Libre Comercio, en el anexo 313 se encuentran protegidas las denominaciones "tequila" y "mezcal", como productos únicos y distintivos de México.

En nuestro país, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) es el organismo que, entre sus facultades, puede emitir declaratorias de protección a denominaciones de origen y autorizar el uso de las mismas, haciendo notar que

11 productos mexicanos con denominación de origen

1. Tequila (Jalisco, Nayarit, Tamaulipas, Michoacán y Guanajuato)
2. Olinalá (Guerrero)
3. Mezcal (Guerrero, Oaxaca, Durango, Zacatecas y San Luis Potosí)
4. Talavera (Puebla y Tlaxcala)
5. Bacanora (Sonora)
6. Café de Veracruz (Veracruz)
7. Ámbar de Chiapas (Chiapas)
8. Charanda (Michoacán)
9. Sotol (Chihuahua, Coahuila y Durango)
10. Mango Ataulfo del Soconusco de Chiapas (Chiapas)
11. Café de Chiapas (Chiapas)

Foto Juan José Morín

Hecho en México

La producción tequilera inició en las primeras décadas del siglo XIX y actualmente constituye una de las industrias más importantes de los estados de Jalisco, Guanajuato, Nayarit y Michoacán. En la década de los sesenta, ciertos países comenzaron a fabricar algunas bebidas alcohólicas de aguardiente, a las cuales indebidamente denominaban "tequila". El 27 de septiembre de 1973, la Cámara Regional de la Industria Tequilera presentó la solicitud para que se emitiera la declaración general de protección a la denominación de origen "tequila" ante la Secretaría de Industria y Comercio, concretamente a la Dirección de Desarrollo Tecnológico, la cual fue resuelta favorablemente el 22 de noviembre de 1974 y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 9 de diciembre del mismo año.

El 13 de octubre de 1977 fue empleada para incluir dentro de la zona protegida a 11 municipios del estado de Tamaulipas, con lo que suman, a la fecha, 180 municipios.

A nivel mundial, el 27 de mayo de 1997, en la ciudad de Bruselas, Bélgica, se firmó el Acuerdo entre México y la Comunidad Europea sobre el reconocimiento mutuo y la protección de las denominaciones en el sector de bebidas espiritosas. En este acuerdo se incluyó, desde luego, al tequila.

El cognac

De los diferentes tipos de aguardientes que existen en el mundo, el cognac es uno de los más reconocidos. Cognac es una ciudad de Charente, provincia situada al sudoeste de Francia. Su principal industria es la destilación del famoso brandy que se produce desde el siglo XVIII. La denominación de origen "cognac" se utiliza únicamente para los aguardientes que provienen de vinos blancos obtenidos de determinadas cepas, cultivadas en la región de Cognac, los cuales son doblemente destilados en alambiques charenteses.

Foto Juan José Morín

Fotos Juan José Morín

Las burbujas de Champagne

Champagne es una antigua provincia ubicada al este de Francia, célebre por su vino blanco espumoso. La creación de esta burbujeante bebida se atribuye al monje francés Dom Pérignon.

Para elaborar champaña se utilizan uvas de la variedad Chardonnay, Pinot Meunier y Pinot Noir. Los que tiene mayor proporción Chardonnay se distinguen por su aroma delicado, sus notas florales y fineza; un vino elaborado con mayor cantidad de uvas Pinot Noir tiene un estilo más intenso y más cuerpo. Desde hace 70 años, Francia restringe el uso de la denominación de origen "champagne" únicamente a los vinos espumosos que provienen de esta comarca.

Foto Archivo

el Estado Mexicano es el titular de dichas denominaciones.

En su artículo 159, la Ley de la Propiedad Industrial establece los requisitos para la solicitud de la declaración de protección a una denominación de origen, en la cual, en todo caso, se debe fundar la petición.

El caso del charanda

En el mes de agosto del año pasado, a solicitud de la Asociación de Productores de Charanda, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial emitió la declaración de protección a la denominación de origen "charanda", cuya zona protegida se ubica en el Estado de Michoacán, e incluye los municipios de Ario, Cotija, Gabriel Zamora, Nuevo Parangaricutiro, Nuevo Urecho, Peribán, Los Reyes, Escalante, Tacámbaro, Tancítaro, Tangancícuaro, Tafetán, Tocumbo, Turicato, Uruapan y Ziracuaretiro.

En esa zona, ha existido una larga tradición en el cultivo de la caña de azúcar, la cual cuenta con características y calidad que emana de las condiciones orográficas entre las que se incluye un gran número de volcanes extintos que han dado origen a una capa de suelo de color rojo que cuenta con un alto contenido de materia orgánica, y que en su conjunto proporcionan atributos organolépticos (es decir, que pueden ser percibidos a través de los sentidos) para la obtención de la bebida alcohólica denominada charanda.

Para contar con elementos que hagan valer las declaraciones de protección a las denominaciones de origen, cada producto cuenta con una Norma Oficial Mexicana específica (NOM). En el caso del tequila, se cuenta con la NOM-006-SCFI-1994; respecto al mezcal, existe la NOM-070-SCFI-1994; en cuanto a la charanda, existe la NOM-144-SCFI-2000; respecto a la talavera, se cuenta con la NOM-132-SCFI-1998; para el café de Veracruz se aplica la NOM-149-SCFI-2001; y en relación con el ámbar de Chiapas existe la NOM-152-SCFI-2003. Están pendientes las Normas Oficiales Mexicanas aplicables a los siguientes productos: sotol, olinalá, bacanora, mango Ataulfo del Soconusco de Chiapas, café de Chiapas y agua de Tehuacán.

Un beneficio para todos

Sin duda, la protección legal de una denominación de origen beneficia tanto a los productores como a los consumidores: por una parte, fomenta y favorece la organización del sector productivo, facilitando el acceso de los productores a los mercados nacionales e internacionales: por otra, al solicitar la denominación de origen, es el propio sector el que proporciona un marco legal estricto para defender y proteger al producto de las denominaciones de origen falsas o susceptibles de inducir a error en cuanto a la procedencia geográfica o a la naturaleza y características del producto, evitando así el uso ilegal del mismo. De igual forma, a nivel regional, nacional e internacional, mejora la divulgación, promoción y la oferta del producto protegido.

Cabe señalar que los productos que se encuentran en el mercado mexicano que utilizan una denominación de origen deben cumplir con las Normas Oficiales Mexicanas respectivas, a fin de garantizar al consumidor la calidad de esos productos. Además, existen organismos de certificación aprobados por la Entidad Mexicana de Acreditación y autorizados por la Secretaría de Economía para garantizar que los productos que utilizan una denominación de origen cumplen con las NOMs aplicables.

Por su parte, **Profeco** verifica que los productos en el mercado cumplan con las Normas Oficiales Mexicanas y en su caso lleva a cabo análisis de muestras de los productos para constatar que cumplen con las especificaciones señaladas en dichas NOMs.

Fuentes Lic. Francisco Rosete Gutiérrez, Director General de Verificación y Vigilancia, Profeco
- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)
- Ley Federal de Protección al Consumidor
- Ley de la Propiedad Industrial
- www.economía.gob.mx

GAS NATURAL Y LP

El gas es uno de los energéticos más utilizados en la industria y en los hogares mexicanos. Sin embargo, pocas personas conocen las diferencias entre el gas natural y el LP. En esta primera entrega especial, le brindamos información básica sobre ambos.

La producción y comercialización de energía es una de las actividades económicas más importantes del país y la principal fuente del ingreso público. La energía, entonces, es parte fundamental del desarrollo económico de México y, por supuesto, la base de la vida moderna. Pero no siempre fue así.

La historia de los energéticos comenzó con la leña, que acompañó al ser humano durante siglos. La Revolución Industrial cambió las cosas y posicionó al carbón como la fuente de energía dominante que se empleaba para propulsar las máquinas de vapor. Después de la Segunda Guerra Mundial, el petróleo se convirtió en la principal fuente energética. De la mano de éste apareció el gas que, hoy día, es absolutamente indispensable en todas las actividades del hogar: cocinar, disponer de agua caliente y calentar la casa en los días de frío, entre otras cosas.

En la actualidad, en muchas de las ciudades del mundo, estas necesidades se satisfacen a través de dos alternativas: gas natural o gas licuado de petróleo (LP).

Fotos Juan José Morín

EL GAS NATURAL

¿Qué es?

El gas natural, también conocido como gas metano, es un combustible incoloro e inodoro al que se le agregan odorantes químicos, como el mercaptano, para que pueda detectarse en caso de fuga. Se trata de uno de los combustibles más utilizados en el mundo y al que se tiene acceso en nuestro país a través de una red de distribución que crece constantemente.

Sus usos son muy variados, por ejemplo, se utiliza para satisfacer las necesidades energéticas de los hogares, para la operación de sistemas de calefacción y de aire acondicionado, en diversas actividades industriales y, principalmente, para la generación de electricidad.

¿Cómo se distribuye?

El gas natural se distribuye a través de ductos de acero o de polietileno, materiales de alta durabilidad y resistencia, que son adecuados para cualquier tipo de suelo y que permiten disponer del combustible las 24 horas del día, los 365 días del año.

Para poder disfrutar de este servicio en su hogar es necesario que la zona donde vive cuente con la infraestructura necesaria para hacer llegar el gas natural hasta su casa, es decir, que cuente con una red de distribución. Esta infraestructura es desarrollada por las empresas distribuidoras autorizadas por la Comisión Reguladora de Energía (CRE).

¿Qué instalaciones requiere?

En los hogares, se requiere la instalación de reguladores de presión, así como de un medidor a la entrada de la instalación de cada cliente. Desde el medidor, el gas se distribuye por medio de una tubería de cobre o acero para llevar el combustible a todos los aparatos que lo requieran.

¿Qué seguridad ofrece?

Todas las instalaciones deben ser revisadas regularmente para garantizar su buen estado y funcionamiento. En caso de fuga, el buen mantenimiento de las instalaciones permite que el gas se disperse rápidamente, pues éste es más ligero que el aire. En las zonas sísmicas del país, como en muchos otros lugares del mundo, la red de ductos se diseña para garantizar la seguridad ante cualquier contingencia.

¿Cuáles son sus ventajas?

Es un combustible relativamente barato; tiene una combustión completa y limpia, que emite cantidades muy bajas de monóxido de carbono, hidrocarburos reactivos, óxido de nitrógeno, bióxido de carbono y, prácticamente, ninguna de bióxido de azufre (que causa la lluvia ácida y genera partículas carcinógenas). Su operación es segura, ya que en caso de fugas se disipa rápidamente en la atmósfera, sólo requiere una buena ventilación; además, promueve una mayor eficiencia térmica en plantas para la generación de electricidad y puede emplearse como combustible para automotores (disminuye entre un 20 a 25% las emisiones contaminantes de dióxido de carbono en comparación con vehículos que utilizan gasolina).

El consumo se registra a través de un medidor y se paga una vez que el combustible ha sido utilizado. Para consultar el precio que usted debe pagar por el servicio en la zona geográfica donde vive, llame a la Comisión Reguladora de Energía (CRE), al 01(55)5283-1515, o consulte su página en Internet: www.cre.gob.mx

El gas natural en México

El transporte y distribución de gas natural es un servicio generalizado en Estados Unidos, Canadá y la mayoría de las naciones europeas.

Desde principios del siglo pasado operaban algunas redes de gasoductos, principalmente en Monterrey.

A pesar de que México se encuentra en el lugar 21 de reservas probadas de gas natural, no fue sino hasta 1995, con la reforma a la Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional en el Ramo del Petróleo (la cual permite la participación del sector social y privado en el transporte, almacenamiento y distribución de este energético, reservando al Estado su producción), que las redes de gasoductos se extendieron por todo el país.

La Comisión Reguladora de Energía (CRE) es la que otorga el permiso y delimita el área en que puede operar un distribuidor de gas natural. Actualmente, en México existen 21 zonas geográficas de distribución.

EL GAS LP

¿Qué es?

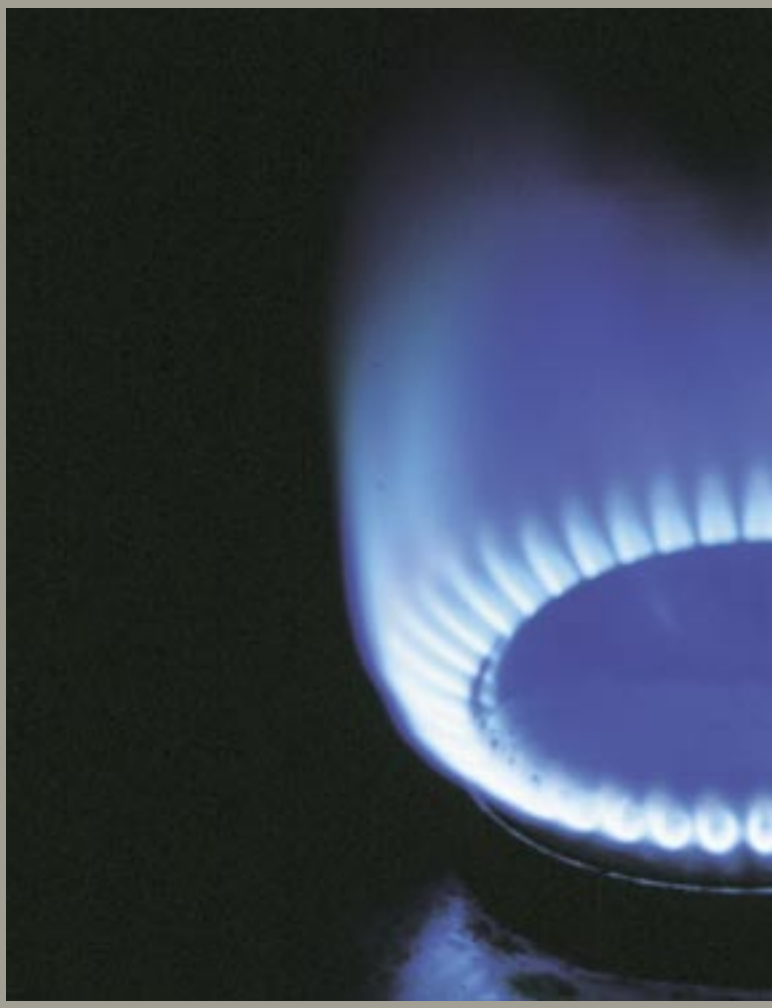
Gas LP es el nombre genérico para el gas butano y propano de uso comercial. También es incoloro e inodoro (se le agregan odorantes para detectarlo en caso de fugas); tiene la propiedad de volverse líquido a temperaturas atmosféricas cuando es sujeto a una compresión moderada, y regresa a su estado gaseoso cuando esta presión se reduce. Gracias a esta propiedad, el gas LP se puede almacenar y transportar en estado líquido, en cilindros o tanques.

En el ámbito doméstico y comercial, el gas LP se utiliza para cocinar, refrigerar, alumbrar y en la calefacción; a nivel industrial se emplea en cualquier equipo que requiera un combustible fácilmente controlable (hornos para tratamiento de metales, vidrio, etcétera); en el sector agrícola se usa para secar alfalfa, heno y semillas, o en la destrucción de malas hierbas; de igual forma, se utiliza como combustible de automotores y como materia prima para fabricar plásticos, hule sintético y productos químicos, entre otros.

¿Cómo se distribuye?

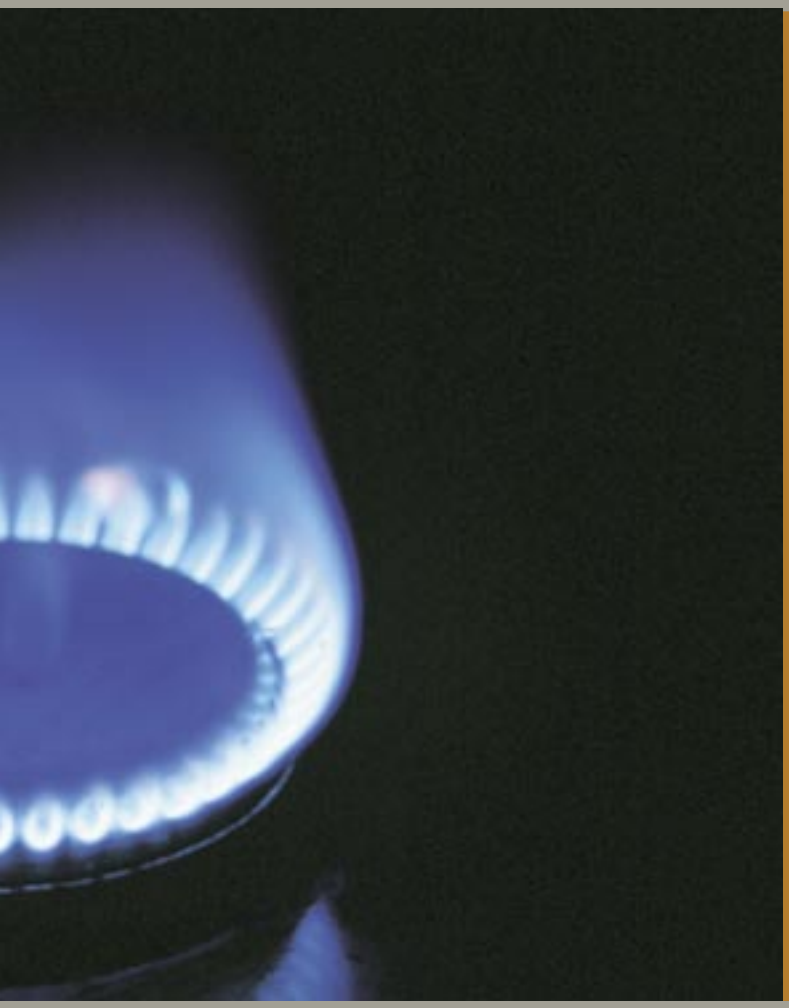
El gas LP se distribuye generalmente a través de cilindros o de pipas que surten a los tanques estacionarios de los hogares, por lo que es muy importante verificar que éstos se encuentren siempre en buenas condiciones para evitar fugas.

Recuerde que no está obligado a contratar los servicios de ninguna distribuidora de gas LP, por lo que usted puede elegir la compañía de su preferencia. Ahora bien, es importante cerciorarse de que la empresa con la que contratará el servicio tiene experiencia en el manejo de los combustibles y brinda un servicio de calidad, a fin de elegir la que mejor satisfaga sus necesidades.



Riesgos del gas natural y del gas LP

Riesgo	Gas natural	Gas LP
Tóxico	No	No
Cancerígeno	No	No
Inflamable	Sí	Sí
Forma nubes de vapor	Bajo condiciones especiales	Sí
Asfixiante	Sí, en espacios confinados	Sí, en espacios confinados
Otros riesgos a la salud	No	No
Comportamiento en caso de fugas	Se dispersa rápidamente	Se evapora, formando una nube de vapor explosiva



Gas LP, el más utilizado

La producción de gas LP en México se realiza desde principios de siglo, sin embargo, fue hasta 1946 cuando se inició su comercialización como estrategia para sustituir la utilización de combustibles vegetales (leña, carbón, petróleo) en las casas de las zonas urbanas.

El gas LP es la principal alternativa de combustible en nuestro país, ya que llega a más de 90 millones de mexicanos a través del uso doméstico (ocho de cada diez hogares mexicanos utilizan este energético), industrial y de carburación automotriz. Actualmente, a nivel mundial, México ocupa el cuarto lugar en consumo de gas LP (después de Estados Unidos, Japón y China) y el primero en consumo doméstico.

La producción e importación de gas LP en México es responsabilidad exclusiva de Petróleos Mexicanos (Pemex), que realiza la venta de "primera mano", en sus terminales de distribución, a los particulares que cuenten con un permiso de la Secretaría de Energía para su transporte, almacenamiento o distribución. Gracias a la reforma a Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional en el Ramo del Petróleo, realizada en mayo de 1995, son estos últimos, los distribuidores, los que lo venden al público.

¿Qué instalaciones requiere?

Desde el tanque estacionario o el cilindro, el gas LP se distribuye a los aparatos de consumo a través de una tubería de cobre o de acero galvanizado, de manera similar al gas natural entubado.

¿Qué seguridad ofrece?

Los tanques estacionarios o los cilindros deben estar correctamente ubicados y bien ventilados, de manera que las operaciones de carga y descarga puedan ejecutarse con seguridad. A pesar de que el gas LP es más denso que el aire, el buen estado de la instalación permite que el gas se disperse en caso de que exista alguna fuga.

¿Cuáles son sus ventajas?

La ventaja principal del gas LP es que puede ser manejado con la conveniencia de un líquido y utilizado con el beneficio particular de los combustibles gaseosos. Además, es relativamente barato; se puede transportar a cualquier lugar, ya sea en la ciudad o el campo, pues es posible almacenarlo en recipientes; y tiene una combustión completa y limpia, por lo que en grandes ciudades con problemas de contaminación vehicular, se utiliza como combustible de automotores.

¿Cómo se paga?

El consumo se registra al momento de recargar el tanque o sustituir el cilindro, es decir, el consumo se paga antes de que el gas sea utilizado. Consulte el precio máximo de este combustible en el Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722.

En próximas entregas abundaremos sobre aspectos relacionados con el precio, el servicio, la calidad y la seguridad de ambos combustibles. Esté pendiente.

Fuentes Entrevista con la licenciada María de la Luz Barbes Macías, directora general adjunta de Distribución de Gas Natural de la Comisión Reguladora de Energía • Ingeniero Eduardo Piccolo, director general de Gas LP de la Secretaría de Energía • Secretaría de Energía • Comisión Reguladora de Energía • Instituto Mexicano del Petróleo • Asociación Mexicana de Gas Natural • Asociación Nacional de Distribuidores de Gas LP • Asociación Mexicana de Distribuidores de Gas Licuado y Empresas Conexas • www.gas.pemex.com

El amaranto, un alimento casi olvidado

Por Luis Amador

Foto Ediciones Nueva Guía, S. A. de C. V.

¿Quién no conoce la "alegría" que ofrecen al paladar los dulces elaborados con amaranto? Conozca por qué este modesto y milenario grano está siendo revalorado, sobre todo por sus propiedades nutricionales.

Hay noticias de que el amaranto ya se cultivaba en América desde hace unos 4000 años. Probablemente los mayas fueron los primeros en utilizarlo y después fue adoptado por los demás pueblos mesoamericanos.

El amaranto o *huautli* fue uno de los granos más apreciados por los aztecas, incluso era uno de los bienes más importantes registrado en la *Matrícula de Tributos*, el códice que describe los impuestos que debían pagar las provincias a México-Tenochtitlan. Se calcula que a la llegada de los conquistadores, el Imperio azteca producía anualmente de 15 a 20 mil toneladas de esta semilla.

El *huautli* era uno de los alimentos fundamentales en los rituales de los aztecas. Tanto el grano como las hojas se utilizaban durante las ceremonias religiosas; la más célebre era la confección de figurillas a imagen de los dioses hechas con *tzoalli*, una masa elaborada con harina de amaranto y miel de maguey. Estas figurillas eran bendecidas por los sacerdotes y después la gente las comía con mucho respeto, pues consideraban que comían la carne de la deidad. Algunas fuentes señalan que uno de los ingredientes del *tzoalli* era sangre de niños sacrificados, si la figurilla representaba a Tláloc, el dios de la lluvia, y de adultos si representaba a Huitzilopochtli, el dios de la guerra.

Una vez consumada la Conquista, los frailes identificaron este rito con la eucaristía cristiana, por lo que prohibieron su celebración y persiguieron a quienes cultivaban el amaranto. Además, la introducción al Nuevo Mundo de otros cultivos preferidos por los conquistadores limitó de manera drástica su producción.

De esta manera el amaranto quedó en el olvido, a no ser por algunos agricultores que mantuvieron viva la tradición de cultivarlo y consumirlo. Actualmente, el amaranto es muy popular gracias a las

Composición aproximada del grano de amaranto y de algunos cereales

Composición	Amaranto	Trigo	Maíz	Sorgo	Arroz
Proteína cruda	15.8	14.0	10.3	12.3	8.5
Grasa	6.2	2.1	4.5	3.7	2.1
Fibra	4.9	2.6	2.3	1.9	0.9
Cenizas	3.4	1.9	1.4	1.9	1.4
Calorías /100 g	366	343	352	359	353

Fuentes Paredes-López et al., Amaranto. Características alimentarias y aprovechamiento agroindustrial, Secretaría General de la OEA, Programa Regional de Desarrollo Científico y Tecnológico, Washington, D. C. (s/f)

"alegrías", dulces elaborados con la semilla reventada del amaranto mezclada con miel, que son una derivación directa del *tzoalli* precolombino. A menor escala, la semilla de amaranto se muele y mezcla con masa de maíz para preparar tamales, atoles y pinole. En algunos lugares también se comen sus hojas o *quelites*.

Un alimento muy completo

El interés por el amaranto resurgió por la necesidad de disponer de mejores alimentos en el futuro, y esta semilla se caracteriza por tener altos valores nutritivos. Además, es una planta que prácticamente se aprovecha en su totalidad, ya sea como grano, verdura o forraje, sin contar con que es muy resistente y puede sobrevivir en suelos salinos y con poca humedad.

Diversos estudios señalan que el contenido de proteínas en el amaranto va de 15 a 17%; sin embargo, lo más importante, es la calidad de tales proteínas, ya que presenta un excelente balance de aminoácidos esenciales (como la lisina, el triptófano y la metiotina), que lo hace semejante a la leche y muy cercano a la proteína ideal propuesta por la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés).

El almidón también es un componente importante de la semilla, pues representa entre 50 y 60% de su peso seco, y se caracteriza por tener grandes propiedades aglutinantes, inusuales para una molécula diez veces menor que la del almidón del maíz.

Se ha encontrado que el amaranto contiene entre 7 y 8% de lípidos. Además, estudios recientes han reportado un contenido alto de escualeno (más o menos un 8% del aceite de la semilla). Este compuesto es un excelente aceite para la piel y habitualmente se obtiene de algunos animales, como la ballena y el tiburón.

En comparación con otros cereales, la semilla del amaranto contiene la mayor cantidad de proteína cruda, grasas, fibra y cenizas (véase la tabla). Por otro lado, el grano y las hojas contienen calcio, fósforo, hierro, tiamina, riboflavina, niacina, vitamina C y vitamina A.

Para conocer el valor nutricional del amaranto respecto del de otros alimentos podemos hacer una sencilla comparación: si en una escala de 1 a 100 situamos la proteína ideal en 100, el amaranto tendría un valor de 75, la leche de 72, el trigo de 60 y el maíz de 44.

Por todo lo anterior, el amaranto puede convertirse en uno de los alimentos del futuro, ya sea por sus propiedades nutrimentales como por el aprovechamiento total de la planta. Por otro lado, es un candidato idóneo para la producción de cosméticos y hasta de plásticos biodegradables.

Actualmente en México se está desarrollando "leche" de amaranto, un producto novedoso que podría resolver el problema de las personas con baja tolerancia a la leche y que, en caso de fomentarse su consumo entre la población, podría elevar el nivel nutricional de los niños.

XXXIII Feria de la Alegría y el Olivo

Del 31 de enero al 15 de febrero de 2004 se celebra en Santiago Tulyehualco, Xochimilco, D. F., la Feria de la Alegría y el Olivo, en donde se reúnen agricultores y artesanos interesados en la difusión del amaranto. En esta feria se presentan todas las delicias culinarias derivadas de esta planta, como atole, tamales, guisados y postres. Además, se promueve también al olivo, un cultivo que en la Colonia fue mandado destruir en México porque la calidad de sus aceitunas era inigualable y competía con las de la Península Ibérica.

Algunos compuestos del amaranto...

- La lisina es uno de los aminoácidos esenciales que contiene el amaranto (16.6%), es muy importante para la formación de la masa encefálica y en los procesos de memorización y aprendizaje.
- El escualeno, otro compuesto del amaranto (8% de su aceite) es un emoliente que tiene gran afinidad con la piel, y por tanto, previene la pérdida de humedad y restaura su docilidad y flexibilidad.
- La tiamina, la riboflavina y la niacina, compuestos que pertenecen al complejo vitamínico B, son esenciales para el buen funcionamiento del corazón y el sistema nervioso, evitan los trastornos visuales como las cataratas, y además son básicos para la síntesis de las hormonas sexuales.
- La vitamina A es básica para el desarrollo del esqueleto y fomenta la agudeza visual.
- La vitamina C es esencial en la formación del colágeno y de los dientes, huesos y cartílagos. Además, es muy importante para la piel.

El amaranto en el espacio...

Rodolfo Neri Vela, el primer astronauta mexicano, llevó al espacio, en 1985, unas semillas de amaranto con el fin de experimentar con ellas. Las semillas lograron germinar durante el vuelo orbital, que duró siete días.

Pollo con tejo

Tejocote

El nombre de este fruto mexicano proviene del náhuatl *texocotl* que significa "fruta como piedra" o "piedra agria" (de *tetl,* piedra, y *xocotl,* agrio). El tejocote tiene sabor agridulce, es de pulpa dura y color amarillo-naranja.

Los mejores tejocotes

Al comprarlos, elija los más grandes, anaranjados y firmes al tacto; también prefiera los que presentan menos puntitos oscuros. Para conservarlos en buen estado guárdelos en un lugar fresco y seco, así duran hasta cuatro días. En refrigeración se conservan más tiempo.

Retinol

Este platillo sabio le proporciona todos los nutrimentos en cantidades adecuadas, pero particularmente le brinda una cantidad importante de vitamina A o retinol, aportada por los tejocotes. Recuerde que la vitamina A es muy importante para la función de la vista y la conservación de la piel.

Aporte nutrimental del tejocote

Aporta vitamina C y una buena cantidad de calcio. También contiene una gran cantidad de pectina, una sustancia "gelificante". Aunque es un fruta fresca de temporada se utiliza más para elaborar dulces como mermeladas, ates, jaleas, tejocotes en almíbar y el tradicional ponche que se consume en diciembre.

Aromática canela

Esta especia es una de las más antiguas en todo el mundo. La canela es la corteza seca de un árbol de la familia de las lauráceas, conocido como canelo. Las ramas del arbusto se cortan, se les quita la corteza y se dejan secar. Se venden enteras en pequeños tronquitos o molidas. Para conservar sus propiedades aromáticas debe guardarse en recipientes con tapa hermética.

cotes y papas

El azúcar

El azúcar común o de mesa es un disacárido o hidrato de carbono compuesto por una molécula de glucosa y una de fructosa. El azúcar es el resultado de la industrialización de la caña de azúcar o remolacha azucarera, y se constituye de pequeños cristales solubles en agua, incoloros y de sabor dulce. Al contacto con el calor el azúcar se carameliza.

¿Calorías vacías?

El azúcar es un producto alto en energía: una cucharada de 10 g aporta alrededor de 40 kilocalorías. Sin embargo, no proporciona ningún otro tipo de nutrimentos importantes como fibra, vitaminas o minerales, por lo que se considera como producto que aporta "calorías vacías".

No se exceda

El azúcar corresponde a la categoría de azúcares simples, cuya característica es la rápida absorción. Sin embargo, debe tener en cuenta que si la energía que aporta no es utilizada por el organismo, se acumula en forma de grasa en el tejido adiposo. Los nutriólogos recomiendan no tomar más de tres raciones al día (una ración equivale a una cucharada rasa), ya sea de azúcar, miel, mermelada, cajeta o jarabes dulces. Recuerde que 1/4 de tasa de refresco contiene el equivalente a una cucharada de azúcar.

Medicina tradicional y canela

La medicina tradicional considera que la canela tiene propiedades astringentes y antiespasmódicas, de ahí la costumbre de tomar té de canela para aliviar las dolencias estomacales. Aunque ello no está científicamente comprobado, también se le atribuyen propiedades antidiabéticas, ya que contiene sustancias que ayudan a controlar la glucosa sanguínea.

Canela fina y picante

La canela en rama tiene un sabor más picante, en cambio la molida pierde sus propiedades aromáticas y de sabor con mayor rapidez. Se utiliza principalmente para proporcionar sabor a postres, panes y pasteles. Es un ingrediente insustituible en la preparación de tartas de manzana, el inconfundible *strudel*, puré de manzana y compotas. También es útil para condimentar sopas, salsas y algunas bebidas.

Ingredientes

(6 raciones)

Alternativa:
Si en la región donde usted vive no hay tejocotes, puede sustituirlos por manzanas.

6 piezas chicas de pollo (750 g)

3 cucharadas de mantequilla (30 g)

1 kg de tejocotes cocidos, sin cáscara y deshuesados (reservar el agua de cocción)

3 cucharadas de aceite (30 ml)

3 cucharadas de azúcar (30 g)

1 raja de canela

Preparación

1 Agregue el azúcar y la canela al agua en la que coció los tejocotes y póngalos a hervir (sin cáscara y deshuesados) a fuego bajo hasta que se suavicen y el agua tenga la consistencia de un almíbar ligero. Reserve 18 tejocotes aproximadamente para adornar el platillo.

2 Licue el resto de los tejocotes con su almíbar, eliminando la raja de canela.

3 papas medianas semicocidas, sin cáscara y partidas en cubos (600 g)

1 taza de vino blanco (180 ml)

pimienta al gusto

sal al gusto

Aporte nutrimental por ración

Kilocalorías	490
Fibra dietética	3 g
Proteína	17 g
Grasas	22 g
Colesterol	71 g
Retinol	519 mcg

Fotos Juan José Morín
Preparación Gastrónomo Joel Hassey Méndez
Fuente Nutrióloga María Rosa Ochoa

3 Salpimiente el pollo y dórelo en el aceite y la mantequilla caliente junto con las papas.

4 Vierta sobre el pollo la taza de vino blanco y el puré de tejocotes, revuelva bien y tape la olla. Deje hervir hasta que el pollo y las papas estén bien cocidos.

5 Sirva y adorne con los tejocotes que reservó.

Ungüento para el resfriado

Fotos Juan José Morín

Ingredientes

- 1 cucharada sopera de alcanfor*
- 1 cucharada sopera de mentol*
- 1 cucharada sopera de cera blanca*
- 1/2 cucharada sopera de vaselina sólida simple*
- 1 cucharada cafetera de esencia de eucalipto*

Utensilios

- cubrebocas húmedo
- cuchara sopera de peltre o acero inoxidable
- recipiente de peltre con capacidad de 1/2 litro
- recipiente de vidrio o plástico pequeño con tapa

* Se consiguen en farmacias grandes.

Rendimiento: 37 g Tiempo de preparación: 30 minutos, aproximadamente

Procedimiento

1

Colóquese el cubreboca, previamente humedecido. Mezcle el mentol, la esencia de eucalipto y el alcanfor (previamente molido), revolviendo con la cuchara hasta que el alcanfor se disuelva.

2

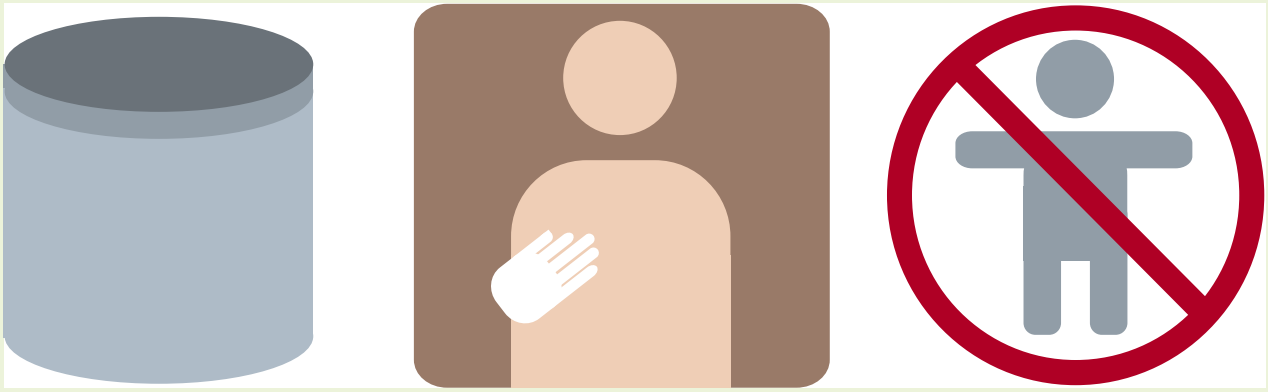
Ponga la cera y la vaselina en el recipiente de peltre y caliente a fuego bajo hasta que se disuelvan totalmente.

3

Sin retirar el recipiente del fuego añada los ingredientes del paso 1, incorporándolos muy bien con la cuchara. Retire del fuego.

4

Vierta en el recipiente de plástico y deje enfriar a temperatura ambiente en un lugar ventilado. Cuando se enfríe totalmente tape el recipiente.



Ilustraciones Javier Caballero

Conservación

Guarde el ungüento bien cerrado en envases de vidrio o plástico, en lugar seco, fresco y oscuro.

Rendimiento:
37 g
Tiempo de elaboración:
30 minutos, aproximadamente
Caducidad:
1 año, aproximadamente

Beneficio

Al elaborar usted mismo esta tecnología obtendrá un ahorro de más del 40% en relación con el producto comercial.

Modo de uso

- Tome el producto con la yema de los dedos y aplique con movimientos circulares en el pecho, la espalda y la garganta. No aplique en el interior de la nariz ni cerca de los ojos y la boca.
- En caso de irritación, suspenda su uso de inmediato.
- Después de aplicarse el ungüento abríguese perfectamente.
- Deje pasar cuando menos 24 horas antes de bañarse.
- No aplique el producto más de dos días seguidos.
- Este ungüento no se debe aplicar a niños menores de tres años.

Recomendaciones

- Al elaborar este producto, los niños deben estar fuera de la casa o en otra habitación para evitar que sufran irritación en los ojos.
- Cuando caliente la mezcla con la cera mantenga las ventanas abiertas y evite que el vapor haga contacto con su rostro. Si llega a suceder, lávese de inmediato con abundante agua tibia.
- Para retirar el ungüento de las manos utilice agua tibia sin jabón.
- No se deje al alcance de los niños.

Fuente Ingeniera en alimentos Claudia Islas, Dirección de Capacitación de Organización de Consumidores, Profeco

Dato interesante

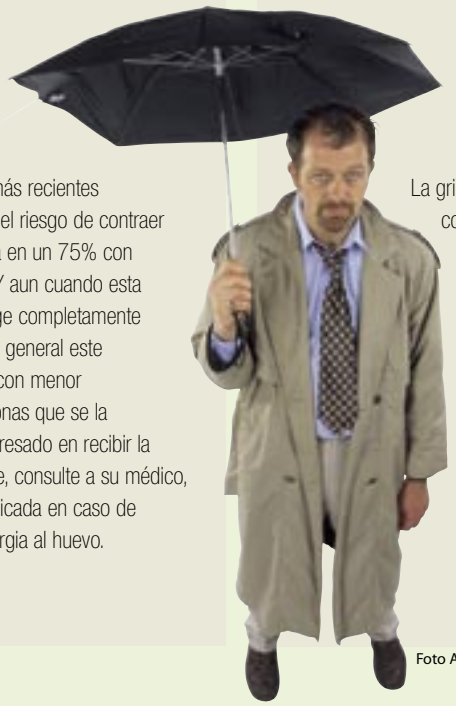
El alcanfor y el mentol son sustancias que se utilizan en varios medicamentos y productos de aseo personal, ya que son antisépticos (tienden a inhibir el crecimiento y la reproducción de microorganismos), antipruriginosos (alivian la comezón) y descongestionantes (reducen la congestión o la hinchazón).

Foto Juan José Morín

Vacuna contra la gripe

Las investigaciones más recientes han demostrado que el riesgo de contraer gripe se reduce hasta en un 75% con el uso de la vacuna. Y aun cuando esta vacuna no nos protege completamente de la enfermedad, en general este padecimiento afecta con menor intensidad a las personas que se la aplicaron. Si está interesado en recibir la vacuna contra la gripe, consulte a su médico, ya que está contraindicada en caso de infección aguda o alergia al huevo.

La gripe



La gripe es una infección muy contagiosa, que afecta sobre todo al aparato respiratorio, y es causada por un virus que se transmite por vía aérea a través de gotitas de saliva. Los síntomas son dolor de garganta, tos, fiebre, dolores musculares y fatiga.

Foto Archivo

econsumer.gov

econsumer.gov®

Su sitio de resolución de quejas en el campo del comercio electrónico transfronterizo.

¿Necesita ayuda para resolver su queja en torno a alguna compra internacional efectuada en línea? ¿Busca consejos para ser un mejor comprador? ¿Desea informarse sobre las modalidades fraudulentas en la comercialización transfronteriza de bienes y servicios ofrecidos por Internet? Haga clic en el sitio **www.econsumer.gov**, el cual es un recurso para los consumidores que adquieren productos y servicios en línea de proveedores ubicados en otros países.

El proyecto **eConsumer.gov** es coordinado por 17 países miembros de la Red Internacional de Protección al Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN, por sus siglas en inglés), y ofrece herramientas e información a fin de ayudar a los consumidores internacionales a que realicen sus compras en línea de forma segura y resuelvan problemas relacionados con las mismas. El sitio está disponible en alemán, coreano, español, francés e inglés.

En **eConsumer.gov** usted tiene acceso a los siguientes servicios:

- **Presentar una queja.** La información que usted presente en el sitio **eConsumer.gov** referente a su compra se destina a una base de datos segura, utilizada por las agencias que vigilan el cumplimiento de la ley en 30 países con el fin de identificar e investigar prácticas comerciales fraudulentas

- **Acceder a los servicios alternativos de resolución de controversias en línea (ADR, por sus siglas en inglés).** Cuando somete una queja en **eConsumer.gov**, usted puede optar por enviarla a un proveedor de ADR a efecto de resolver el problema gratis o a un bajo costo. Los ADR pueden ser más rápidos y eficaces en la resolución de su queja que cuando ésta se tramita ante un tribunal.

- **Aprender otras formas para resolver quejas.** **eConsumer.gov** expone diversos mecanismos que ayudan a evitar y resolver quejas en el ámbito del comercio electrónico transfronterizo. Asimismo, brinda información para contactar agencias de protección al consumidor en más de 30 países.

- **Obtener una guía de compras en línea.** El asistente de compras de **eConsumer.gov** puede ayudarlo a evaluar a un proveedor en Internet al considerar realizar una compra. Después de que usted otorga información relacionada con un sitio o un proveedor en particular, el asistente de compras lo asesora y le ayuda a evitar problemas potenciales en sus transacciones comerciales en línea.

- **Aprender en torno a las quejas transfronterizas.** Las "tendencias de quejas" de **eConsumer.gov**, que representan un análisis periódico de la estadística de quejas, ofrecen un panorama completo de los tipos de proveedores o transacciones que conllevan un mayor riesgo de ser fraudulentos.

- **Obtener información sobre consumo y proveedores en una gran variedad de temas del comercio electrónico.** Desde comprar en una subasta en línea hasta involucrarse en oportunidades de negocios por Internet.

eConsumer.gov es un proyecto de 17 países miembros de la ICPEN. La Red Internacional se dedica a compartir información relativa a las actividades comerciales transfronterizas que puedan afectar los intereses de los consumidores y fomenta la cooperación internacional entre las agencias que vigilan el cumplimiento de la ley de protección al consumidor.

Para mayor información concerniente a la ICPEN visite la página www.icpen.org.

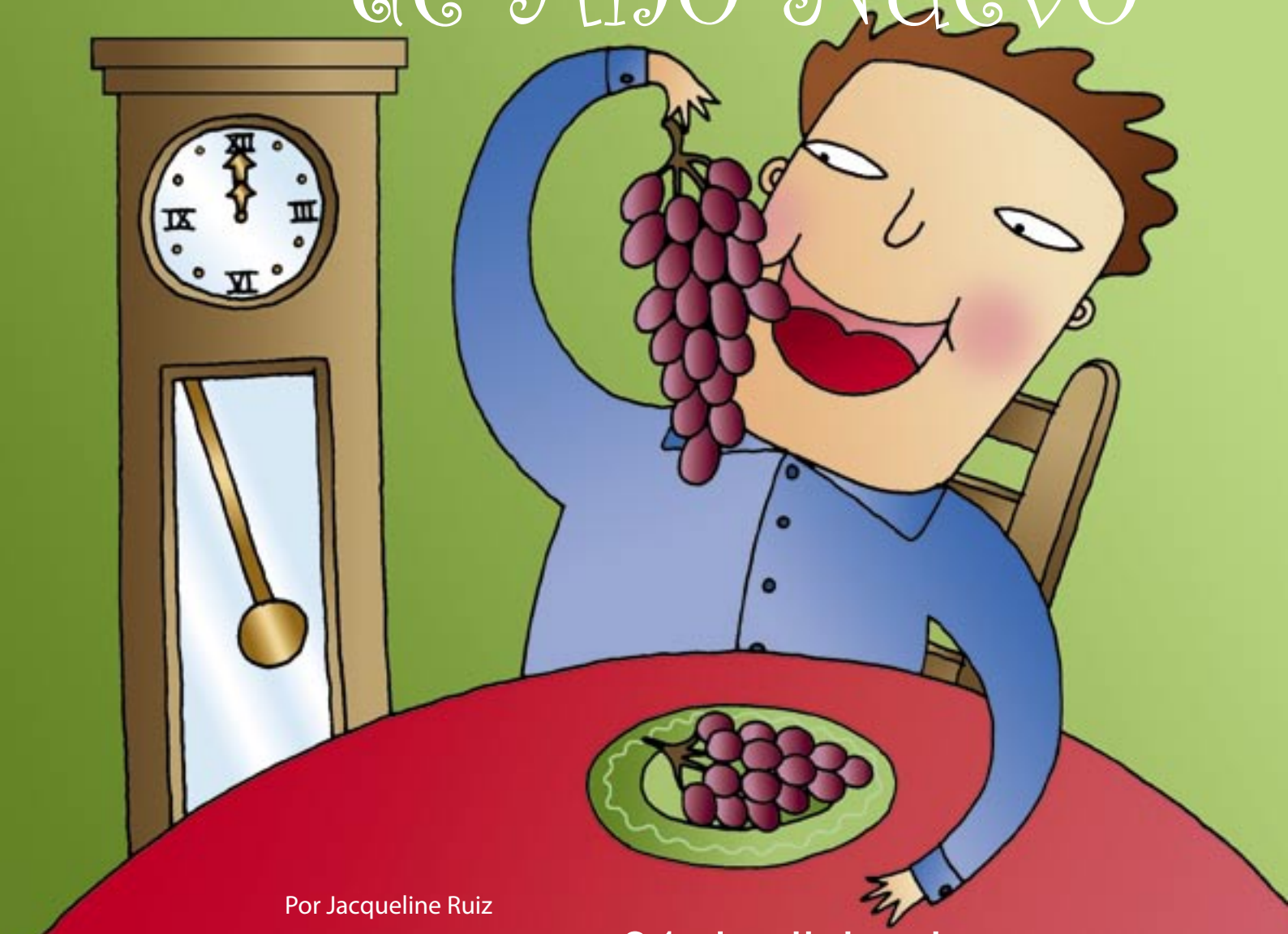
Profeco

01-800-468-8722

www.profeco.gob.mx

www.ecoconsumer.gov

Uva por uva...
12 propósitos de Año Nuevo



Por Jacqueline Ruiz

Seguro que en la cena del 31 de diciembre pediste tus 12 deseos mientras te comías las tradicionales uvas. Bueno, pues aquí te tenemos 12 propósitos que harán que este año sea mejor que el anterior.

Ilustración Mónica Miranda

1. **Cuidarme.** Si no te cuidas tú, ¿quién? Esto no sólo implica fijarte al cruzar la calle, no hablar con extraños ni jugar juegos peligrosos, sino también comer bien, hacer ejercicio, bañarte, lavarte los dientes y preocuparte por la gente que te quiere.

2. **Liberarme.** Cuando nos dejamos llevar por lo que dirán nuestros amigos, la marca de ropa de moda o la publicidad, en realidad lo que estamos haciendo es imponernos cosas que tal vez ni siquiera queremos. Aprende a liberarte de todas estas imposiciones, no les hagas mucho caso y elige por ti mismo lo que más te gusta o lo que realmente quieres hacer.

3. **Exigir.** Claro que puedes hacerlo, tienes todo el derecho a exigir un trato justo por parte de los adultos, que te respeten, te quieran y que nadie abuse de ti. Eso sí, recuerda que para poder exigir hay que saber dar, lo que significa que para gozar de este derecho debes cumplir con todas tus obligaciones en la casa y en la escuela.

4. **Convivir.** A lo mejor piensas que éste no es un propósito porque tú convives todo el tiempo con tus amigos, sin embargo, a veces nos olvidamos de otras personas, como nuestros papás, abuelos, hermanos, o los niños que no son tan populares en la escuela. Cada uno de ellos tiene algo que enseñarte, no te pierdas la oportunidad.

5. **Amar.** Suena fácil, pero no siempre lo es, créenos; mucho más cuando acabas de tener una bronca con tu mejor amigo o hermano, o cuando tu mamá te pide que hagas algo que te da flojera. En esos momentos es cuando uno le demuestra su amor a las personas que quiere, teniendo paciencia o dejando de lado el orgullo.

Sabías que...

La costumbre de comer 12 uvas para atraer la buena suerte en el año que comienza proviene de España, y no es tan vieja como podrías pensar. En 1909, unos cosechadores de uva catalanes que tenían un excedente en la producción de ese año, inventaron esta tradición para poder vender sus uvas.

Fuente www. ociototal.com

6. **Jugar.** Divertirte te hace una persona más feliz y te permite relacionarte mejor con las personas que te rodean. Juega, porque jugar estimula tu imaginación y tus habilidades.

7. **Descansar.** No la hagas de súper héroe, es importante que te des el tiempo suficiente para dormir, comer y descansar después de haber ido a la escuela, hacer la tarea o jugar mucho, para que repongas la energía perdida.

8. **Crecer.** A veces nos resistimos a crecer porque ser chiquitos nos da ciertos beneficios: nos miman más, hacen casi todo por nosotros y tenemos pocas responsabilidades. Sin embargo, al negarte a crecer te pierdes la oportunidad de conocer cosas nuevas y de que tus papás confíen más en ti.

9. **Aprender.** Éste es uno de los propósitos más importantes, pero puede confundirse con memorizar la lección o sacar las mejores notas. Aprender significa entender los conocimientos y las experiencias que tenemos y, a partir de eso, crear nuestras propias ideas. La escuela es un lugar donde puedes aprender, pero ojo, no es el único: los amigos, tus papás, abuelos, vecinos y hasta los niños más chiquitos que tú pueden enseñarte algo. Pon atención a todo lo que te rodea.

10. **Respetar.** Lo maravilloso del mundo es que todos somos diferentes, así que no agredas a quien no piensa o hace lo mismo que tú. Si tú respetas, los demás te respetarán a ti: ésa es la regla de oro.

11. **Imaginar.** Este propósito consiste en conservar y desarrollar esta capacidad. Los adultos generalmente se olvidan de imaginar, por eso a veces sus vidas se vuelven tan complicadas; evita que lo mismo te suceda a ti.

12. **Compartir.** No siempre resulta fácil compartir nuestros juguetes, golosinas o, incluso, el tiempo y la atención de nuestros padres. Sin embargo, cuando compartes lo que es tuyo y ves cómo haces feliz a alguien con este gesto, las cosas se disfrutan muchísimo más. Haz la prueba.

Probablemente habrá algunos propósitos que puedas realizar casi de inmediato, y otros que te tomarán más tiempo. No te preocupes, lo importante es recordar siempre el motivo por el cual quieres cumplirlos todos. Sé persistente. ¡Feliz Año Nuevo!

Envíenos sus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México, D. F., o a rconsumidor@profeco.gob.mx

Telmex al acecho

Hace tres meses cambié de compañía de larga distancia, pero en dos ocasiones Telmex ha vuelto a retomar mi línea sin mi autorización. En cada uno de los cambios, Telmex me cobra una comisión por cambio de empresa de larga distancia, que no les pienso pagar, porque yo sólo me he cambiado una vez.

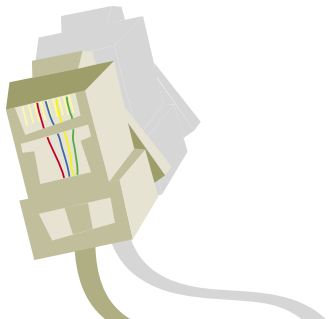
Pienso quejarme en la oficina Telmex que me corresponde y presentar mi reclamación en **Profeco**. Mi recomendación para los consumidores que estén en la misma situación es: "¡Háblele!", pero para quejarse.

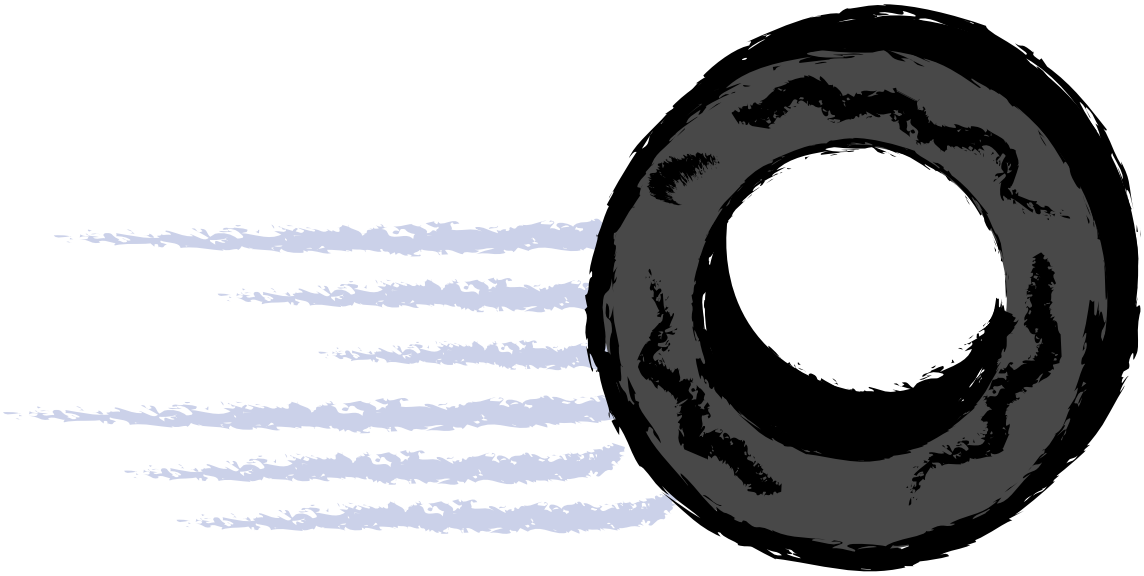
Luis Miguel Ortega Amaya

El cobro por cambio de compañía proveedora de servicio de larga distancia está autorizado por la Comisión Federal de Telecomunicaciones. Sin embargo, Telmex está incurriendo en una irregularidad al no reconocer y respetar la elección de compañía que usted ha realizado.

Para corregir dicha anomalía, usted debe ponerse en contacto con el área de servicio a clientes de la compañía que usted originalmente eligió, pues son ellos los que deben realizar el trámite correspondiente para que lo vuelvan a interconectar a su red.

Ahora bien, a fin de que Telmex le reembolse los cobros indebidos de cambio de compañía de larga distancia (pues usted sólo tiene que pagar el primero), le sugerimos que acuda a la delegación **Profeco** correspondiente y presente su queja. Llame al Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722.





Botellas "chafas"

Compré unas botellas de vino en la comercializadora Alianza S. A. de C.V., pero una de ellas estaba deteriorada y dos no tenían el holograma correspondiente; así que regresé a la tienda para que me las cambiaran, pero el encargado se negó e, incluso, se puso violento y me amenazó.

Espero puedan ayudarme con este problema. Les ıdezco de antemano su atención.

ınathan Sergio Gallegos Aguilera

; parece muy acertado de su parte recurrir **ofeco** para denunciar esta anomalía, pues la ıceptación de las irregularidades por parte los consumidores contribuye al combate de s malas prácticas comerciales.

Aprovechamos para comunicarle que la Dirección General de Verificación y Vigilancia de esta Institución ha tomado cartas en el asunto para realizar la inspección correspondiente al lugar citado.

De cualquier forma, usted tiene derecho a la reposición del producto, a una bonificación o a la devolución de su dinero, tal como lo señala el artículo 92 de la Ley Federal de Protección al Consumidor. Presente su queja en la delegación **Profeco** más cercana a su domicilio con dos copias del recibo de compra, nombre y domicilio del proveedor y una identificación oficial con fotografía. Para conocer cuál es la delegación **Profeco** más cercana, marque el Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722.

Llanta perdida

Hace poco tuve un accidente automovilístico, por lo que tuve que llevar mi auto a arreglar a la agencia automotriz Peugeot de Av. Universidad, en la Ciudad de México.

Había que reparar la salpicadera, la facia y los faros del lado izquierdo. La verdad es que el golpe no era tan grave, pero se tardaron ¡7 semanas en entregarme el auto!

Cuando por fin pudimos recogerlo, se escuchaba un ruido en la parte trasera, así que el empleado de la agencia abrió la cajuela para revisar. En ese momento se cayó la canastilla de la llanta de refacción, sin la llanta.

Hasta el momento no hemos recibido ninguna disculpa, ni por la demora en la entrega ni por el robo de la llanta de refacción. Por tanto, recomiendo a los amigos consumidores que no vayan a la agencia Peugeot de Av. Universidad, porque sólo recibirán malos tratos.

Lina Edith Pérez González

Los proveedores de bienes y servicios son responsables, y por tanto tienen la obligación de responder por los actos que atenten contra los derechos de los consumidores, realizados por sus colaboradores, empleados, vigilantes o personal auxiliar, independientemente de la responsabilidad personal en la que haya incurrido el infractor.

Por tal motivo, Peugeot Universidad debe responder por la pérdida de la llanta y reponérsela por una nueva. En caso de que la agencia continúe negándose a hacerlo, usted puede formalizar su queja en la delegación **Profeco** más cercana a su hogar, con dos copias de la orden de servicio o cualquier otro documento que demuestre el servicio prestado, nombre y domicilio de la agencia, y una identificación oficial con fotografía. Para conocer cuál es la delegación **Profeco** que le corresponde, llame al Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722.

A ver, convénzame...

Foto Archivo

Ya me lo advertía mi madre: "Si los buscas, te botan; para que te traten bien hay que ponerse difícil, hacer que te convenzan de que son lo que necesitas". Triste realidad mexicana. El chiste para no perder en el juego es, como ella decía, "no enojarse, pero tampoco aguantarse… ampliar tus horizontes, mijita".

Por Remedios Landa

Uno de esos domingos en los que no hay nada mejor que hacer que ir a dar una vuelta por el centro comercial, me encontré con la maravillosa oferta de un 50% en la inscripción a un club deportivo. No tardé ni tres segundos en emocionarme porque (como ya lo había contemplado en mis propósitos de Año Nuevo del 2003) ya era hora de iniciar un plan de ejercicios. De inmediato, la euforia dio paso a la angustia: tenía tan sólo 10 días más para hacer válida la promoción. Llamé no sé cuantas veces al teléfono de atención a clientes para inscribirme y, cuando por fin me atendió un telefonista, tomó mis datos y se despidió con la firme promesa de que un promotor me llamaría.

Mi teléfono nunca sonó

El último día de la promoción llegó sin que yo pudiera inscribirme, pues tenían "fallas en el sistema". Me enojé muchísimo y esperé en el teléfono un largo rato con la esperanza de que alguien, un supervisor, un gerente, quien fuera, se apiadara de mí. Nunca pasó.

Cuando dos meses después de la fallida inscripción recibí la llamada de Luis Pablo, un promotor del club deportivo, las sabias palabras de mi madre no tardaron en volver a mi mente: "ponte difícil". Y así lo hice, con toda la tranquilidad del mundo le dije que, después del trato recibido y la poca seriedad que habían demostrado, no tenía la menor intención de inscribirme en su club, muchas gracias y hasta la vista. Sabía que volvería a llamar.

Al día siguiente Luis Pablo llamó de nuevo para ofrecerme un descuento extra. "No me interesa, gracias", contesté a su tan tentador ofrecimiento. Para no hacer el cuento largo, después de cuatro días de mantener mi posición, Luis Pablo me había conseguido un descuento extra, una membresía mejor por el mismo precio, pagos diferidos y hasta una gorra y unas toallas de regalo. La cosa me convenía, así que acepté.

Ahora que no deja de ser increíble que existan proveedores que nos tratan como si nos estuvieran haciendo un favor, y no me refiero sólo a este club deportivo, sino también a los que pretenden que soportemos la mala cara de la vendedora, esperemos horas en la línea de teléfono para que nos den informes, nos conformemos con un producto defectuoso o roguemos para que un técnico se digne visitarnos para arreglar el servicio de televisión por cable.

Por más corajes que hagamos, la realidad es que esto no es culpa de nadie más que de nosotros, pareciera que nos gusta que nos traten mal. ¿La razón? no conocemos los alcances de nuestro poder como consumidores. ¿Qué pasaría si todos los consumidores que reciben un cobro no justificado en su recibo de telefonía celular canceláramos el servicio? Una de dos: la empresa quebraría, o se abstendría de seguir cargándonos más milagritos. Les aseguro que optaría por la segunda opción.

Conocer nuestros derechos, así como las obligaciones y la normatividad que los proveedores deben cumplir; organizarnos con otros consumidores y denunciar cualquier irregularidad nos da las herramientas para consumir mejor y no tolerar abusos. En pocas palabras, como decía mi mamá, "ampliar nuestros horizontes". ¿O usted cómo la ve?

¿Bueno?
sí, también bonito y barato

Teléfono del Consumidor

01-800-468-8722
Con 60 líneas a su disposición las 24 horas, todos los días del año.

El servicio personalizado que le brinda información sobre precio y calidad de productos, además:

- Recepción de quejas y denuncias
- Asesoría y orientación jurídica
- Ubicación de las oficinas de Profeco en todo el país
- Información sobre los Ángeles Blancos de Profeco
- Resultados de los estudios de calidad del Laboratorio Profeco
- Información sobre quién es quién en el envío de dinero desde Estados Unidos a México
- Suscripciones a la Revista del Consumidor
- Información sobre organizaciones de consumidores

Porque al que no habla no se le oye...
¡utilice el Teléfono del Consumidor!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

En nuestro próximo número

Fotos Juan José Morín

Gota a gota...

Cuando nos bañamos, desperdiciamos una gran cantidad de agua. Una opción para reducir este consumo son las regaderas ahorradoras. Por ello, nuestros expertos se pusieron a cantar bajo la lluvia (perdón, bajo la regadera) para decirle cuáles ahorran de verdad.

Chocolate que no es chocolate

A pesar de que muchos polvos para preparar bebidas sabor chocolate están adicionados con vitaminas y minerales, no cubren las necesidades nutrimentales de nuestros pequeños. Descubra en este estudio qué contienen las principales marcas comercializadas como polvos para preparar este tipo de bebidas.

Caminito de la escuela

Elegir una escuela primaria no es una tarea sencilla, pues en ella nuestros hijos no sólo aprenden historia o matemáticas, sino también a convivir y relacionarse con los demás. En esta radiografía de los servicios le decimos todo lo que debe considerar antes de inscribir a sus pequeños en una primaria particular.

El precio de la belleza

Desde siempre, la humanidad ha tenido la necesidad de embellecerse. Precisamente de esta necesidad se vale la industria cosmética para vendernos un sinfín de productos que prometen hacernos sentir mejor. Conozca en este artículo todo lo que hay detrás del labial, el rubor o el rimel que lleva en su bolsa.

Rumbo al altar

Si ustedes son de esos románticos incurables que han decidido casarse en estas fechas para festejar (y qué manera de festejar) el Día del Amor y la Amistad, échenle un ojo a este artículo para que sepan cuánto les puede costar el "sí, acepto".

La *Revista del Consumidor,* publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (**Profeco**), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en al teléfono 5553-0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de Profeco: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. **No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.**
Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de los consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que Profeco lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, colonia Felipe Pescador, C. P. 06280, México, D. F. Editora responsable: Mónica Braun. Tiraje: 80,000 ejemplares.

Sea un consumidor informado... y aproveche esta oferta especial

Paquetes de cinco libros sobre consumo editados por Profeco, a sólo $100.00 cada paquete*

Los paquetes están integrados por cinco de entre estos títulos:

- *Los rituales del caos*, de Carlos Monsiváis
- *El ecocidio permitido*, de Fernando Césarman
- *La medicina está enferma*, de Federico Ortiz Quesada
- *Ver, pero también leer*, de Raúl Trejo Delarbre
- *La nueva alimentación. Cómo evitar nuestra desnutrición oculta y el envejecimiento prematuro*, de Adolfo y Miriam Chávez
- *Plantas, medicina y poder. Breve historia de la herbolaria mexicana*, de Xavier Lozoya Legorreta
- *Consumo-gusto* (caricaturas homorísticas)
- *El humor en el consumo* (caricaturas homorísticas)
- *El consumo al final del milenio* (varios autores)
- *Foro del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, 1995* (varios autores)

Además tenemos a la venta el libro *México, ¿quieres tomarte una foto conmigo? Cien años de consumo*, prólogo de Juan José Arreola. 269 páginas con fotografías, pasta dura. $395.00 ¡Un excelente regalo de Navidad!

* Oferta limitada a 2,740 paquetes y sólo para el D.F. y zona metropolitana. Adquiéralos en el Centro de Documentación e Información sobre Consumo de Profeco (José Vasconcelos 208, Planta Baja, Col. Condesa. México, D.F., teléfono 5625-6700 ext. 6932 y 1037). Únicamente pagos en efectivo.

Sexo y sida

Por José Armando Aguilar

Edad en que la vida sexual es más activa: de los 25 a los 34 años

Personas que han tenido sexo ocasional al menos una vez en su vida: 45%

Mujeres que han fingido un orgasmo alguna vez: 48%

Edad promedio en la que los mexicanos inician su vida sexual: 16 años

Tasa de mortalidad por sida estimada en México: 17 por cada 100 mil habitantes

Personas que utilizan el condón como parte del juego erótico: 39%

Porcentaje de mexicanos portadores de VIH que fueron contagiados por vía sexual: 88.8%

Países cuyos habitantes son más activos sexualmente: Hungría (152 encuentros sexuales al año) y Bulgaria (151)

Casos de sida en México diagnosticados de 1983 al 2002: 68,145

Número estimado de personas infectadas con VIH a nivel mundial hasta el 2002: 42

País con la gente menos activa sexualmente: Singapur (96 encuentros al año)

Personas que afirman ser felices con su vida sexual en el mundo: 73%

Relaciones sexuales al año que en promedio se tienen en el mundo, por persona: 127

Defunciones por sida acumuladas hasta el 2000 a nivel mundial: 21.8 millones

Ilustración Mónica Miranda
Fuente Encuesta Mundial Durex sobre Sexo 2003, realizada a 150 mil personas de 34 países a través de Internet
• Documento Salud: México 2002
• www.salud.gob.mx/conasida

0 10722 99597 3 00323

Exhibir hasta el 31 de enero de 2004

Número 323 • Enero 2004
Revista del Consumidor
Profeco